L'agrotourisme dans les Cantons-de-l'Est

Analyse des résultats de l'enquête réalisée auprès des producteurs agrotouristiques et des organisations liées à l'agrotourisme dans les Cantons-de-l'Est

Rapport final présenté

Au Conseil agrotouristique des Cantons-de-l'Est,

Au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

et à Tourisme Québec

27 Février 2004

L'agrotourisme dans les Cantons-de-l'Est

Étude réalisée pour le compte du *Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec* et *Tourisme Québec*

Présentée :

Au Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
A/s madame Danielle Lafrenière et monsieur Patrick Chalifour

Au Conseil agrotouristique des Cantons-de-l'Est (CACE)

À Tourisme Québec
A/s madame Brigitte Boucher

Par :

Madame Pascale Marcotte, Ph.D.
Chercheure,
Université Laval

Monsieur Laurent Bourdeau , Ph.D.
Faculté des sciences administratives
Pavillon Palasis-Prince,
Université Laval,
Québec, Québec
G1K 7P4

Avec la collaboration :

Du Conseil agrotouristique des Cantons-de-l'Est (CACE)

Du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Madame Danielle Lafrenière et monsieur Patrick Chalifour

De monsieur Maurice Doyon, Ph.D.
Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation
Université Laval

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION 6

1. ÉLÉMENTS MÉTHODOLOGIQUES 7
   1.1 Objectif 7
   1.2 La population visée 7
   1.3 Une approche quantitative 7
   1.4 Les principales dimensions du questionnaire 8
   1.5 Les populations étudiées 8
   1.6 La population enquêtée 10
   1.7 La collecte des données 11
   1.8 Le traitement des données 11
   1.9 Le taux de réponse à l'enquête 12

2. FAITS SAILLANTS 13

3. CONTEXTE : L'ESTRIE AGRICOLE ET LES CANTONS-DE-L'EST TOURISTIQUE 16

4. LES RÉSULTATS 19
   4.1 Les producteurs agrotouristiques 19
   4.2 La localisation des producteurs agrotouristiques des Cantons-de-l'Est 20
   4.3 L'offre des activités et des produits 24
   4.4 La période d'offre des activités et des produits agrotouristiques 27
   4.5 Les visiteurs 30
   4.6 Les moyens d'attirer les clientèles 32
   4.7 Les apports de l'agrotourisme 35
   4.8 Les éléments externes influençant le développement de l'agrotourisme 43

CONCLUSION 44

BIBLIOGRAPHIE 45

ANNEXES

Annexe 1 : Tableaux détaillés des résultats

Annexe 2 : Questionnaire de l'enquête

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 2.1 : Tableau synthèse 15
Tableau 4.1 : Nombre de visiteurs reçus 31
Tableau 4.2 : Pourcentage de producteurs agrotouristiques membres d'associations 33
Tableau 4.3 : Relations d'affaires 33
Tableau 4.4 : Montant investi en promotion pour les années 2002 et 2003 35
Tableau 4.5 : Perception de l'agrotourisme 36
Tableau 4.6 : Pourcentage d'entreprises ayant des employés réguliers 37
Tableau 4.7 : Pourcentage d'entreprises ayant des employés saisonniers 37
Tableau 4.8 : Pourcentage des producteurs selon le nombre de personnes affectées aux différentes activités 38
Tableau 4.9 : Pourcentage des producteurs qui obtiennent des revenus de leurs activités agrotouristiques, ventilé par catégorie d'activités agrotouristiques 39
Tableau 4.10 Actifs consacrés aux activités agrotouristiques 40
Tableau 4.11 Montants investis pour l'offre de produits et d'activités agrotouristiques 41
Tableau 4.12 Évaluation approximative des revenus attribuables à l'agrotourisme 42

LISTE DES FIGURES

Figure 1.6 : Répondants par types d'organisations _____ 11
Figure 3.1 Région touristique des Cantons-de-l'Est _____ 16
Figure 4.1 : Nombre de producteurs agrotouristiques par type de production réalisée _20
Figure 4.2.1 : Répartition géographique des producteurs agrotouristiques des Cantons-de-l'Est _____ 22
Figure 4.2.2 : La route des vins_____ 23
Figure 4.2.3 : Parcours de la route de vins de Brome-Missisquoi présenté par *Saveurs et couleurs* _____ 23
Figure 4.3 : Nombre d'entreprises offrant des activités agrotouristiques _____ 25
Figure 4.4 : Nombre d'entreprises offrant les différentes catégories de produits _____ 26
Figure 4.5 : Nombre d'activités disponibles par saison _____ 27
Figure 4.6 : Nombre total d'activités disponibles annuellement et par saison _____ 28
Figure 4.7 : Nombre de catégories de produits disponibles en saison _____ 29
Figure 4.8 : Nombre total de catégories de produits disponibles à la vente annuellement et selon les saisons _____ 30
Figure 4.9 : Pourcentage de répondants recevant une proportion de visiteurs venus en groupe _____ 31
Figure 4.10 : Pourcentage de répondants accueillant des groupes particuliers _____ 32
Figure 4.11 : Pourcentage de répondants ayant recours aux outils promotionnels_____ 34
Figure 4.12 : Chiffre d'affaires des producteurs agrotouristiques en pourcentage _____ 41

106-00777/

INTRODUCTION

Depuis quelques années, le *Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec* a initié différentes études dont l'objectif était de dresser un portrait de l'industrie agrotouristique québécoise et d'en décrire sa contribution économique. Un premier projet-pilote, réalisé dans la région touristique Chaudière-Appalaches, avait notamment cherché à identifier des indicateurs de mesure permettant d'évaluer la contribution économique de l'agrotourisme et à mesurer l'importance des retombées des activités agrotouristiques de cette région (cf. Archambault et Waaub, 2001). En tenant compte des résultats obtenus et des commentaires formulés au sujet de cette étude, le *Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec* (ci-après le *Groupe*) a procédé en 2002 à la révision de la méthodologie de recherche et à la préparation d'un guide de travail, et ce, en vue de la réalisation d'enquêtes régionales sur l'agrotourisme (Bourdeau et coll. 2002a et 2002b). À partir de ce guide et du questionnaire élaboré par le *Groupe* et les chercheurs de l'Université Laval, quatre organismes des régions des Laurentides, des Cantons-de-l'Est, de l'Outaouais et du Saguenay-Lac-Saint-Jean [1], en association avec les directions régionales du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (ci-après MAPAQ)[2] ont procédé à une cueillette de données auprès des entreprises liées à l'agrotourisme sur leur territoire respectif.

Ce rapport présente les résultats de l'enquête régionale réalisée dans la région touristique des Cantons-de-l'Est. Le lecteur trouvera tout d'abord une brève présentation des objectifs et des éléments méthodologiques de l'enquête. Les faits saillants des résultats associés aux producteurs agrotouristiques sont par la suite présentés. Finalement, l'analyse détaillée des résultats complète le rapport.

---

[1] En l'occurrence, la Table de concertation agroalimentaire des Laurentides (TCAL), le Conseil agrotouristique des Cantons-de-l'Est (CACE), la Table de concertation agroalimentaire de l'Outaouais (TCAO) et Agrotourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean.

[2] Il s'agit de la Direction régionale Outaouais-Laurentides - secteur Laurentides, de la Direction régionale de l'Estrie, de la Direction régionale Outaouais-Laurentides - secteur Outaouais et de la Direction régionale Saguenay-Lac-Saint-Jean-Côte-Nord.

1. ÉLÉMENTS MÉTHODOLOGIQUES

Cette section présente les choix et le cheminement méthodologique qui ont dirigé cette recherche.

1.1 Objectif

Cette étude vise essentiellement à dresser un portrait des producteurs agrotouristiques de la région des Cantons-de-l'Est.

1.2 La population visée

L'objectif de départ était de réaliser un recensement des organisations liées à l'agrotourisme dans les régions (c'est-à-dire des producteurs agrotouristiques, des producteurs connexes et des entreprises connexes, voir les définitions au point 1.5). Finalement, les responsables de la Direction régionale de l'Estrie ont choisi de concentrer leurs efforts sur la délimitation de la population agrotouristique des Cantons-de-l'Est plutôt que sur l'ensemble des organisations liées à l'agrotourisme. La population enquêtée ne correspond donc pas entièrement à la population visée.

1.3 Une approche quantitative

En fonction de la problématique générale et de la nécessité de couvrir un grand nombre d'éléments liés à la production et à l'offre d'activités agrotouristiques, une approche quantitative s'imposait. Cette approche permet de plus une comparaison régionale des données ainsi que la compilation de celles-ci dans le but de dresser un portrait général de ce secteur au Québec.

Cette approche quantitative s'est traduite par un questionnaire, administré par téléphone, auprès de producteurs agrotouristiques.

1.4 Les principales dimensions du questionnaire

En fonction de l'objectif principal de l'étude, qui consiste à dresser un portrait des producteurs agrotouristiques, et dans la poursuite des travaux déjà entrepris, dix grands indicateurs ont constitué la base du questionnaire de l'enquête :

1. le profil des entreprises
2. l'offre d'activités et de produits
3. la certification biologique
4. la perception de l'apport de l'agrotourisme
5. la clientèle
6. les réseaux d'entreprises et d'associations
7. la promotion
8. l'emploi
9. les revenus, investissements et chiffre d'affaires
10. les éléments externes influençant le développement de l'agrotourisme.

1.5 Les populations étudiées

Afin de distinguer les niveaux d'implication des intervenants dans l'offre d'activités et de produits liés au milieu agricole aux touristes et au public, les trois catégories d'organisations définies par le *Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec* (2001) ont été utilisées. Ces catégories sont :

1) les producteurs agrotouristiques (c.-à-d. les producteurs agricoles mettant en valeur la production agricole et ses dérivés et adoptant une pratique d'animation et d'accueil);

2) les producteurs connexes (c.-à-d. les producteurs agricoles offrant au public des produits et des activités agricoles sans pratique d'animation ou d'accueil) et

3) les entreprises connexes (c.-à-d. les entreprises ouvertes au public, en lien de diverses manières avec l'agriculture et l'agroalimentaire, mais dont les activités ne se réalisent pas dans le cadre d'une entreprise agricole).

Malgré ces définitions, il s'est avéré en cours d'enquête que certains éclaircissements étaient nécessaires afin de déterminer avec exactitude quels types d'entreprises peuvent être inclus

dans les deux catégories connexes. Pour palier à ce flou conceptuel, la représentante du MAPAQ a proposé les rectifications suivantes [3] :

- le producteur connexe est un producteur agricole vendant des produits (frais ou transformés) de son exploitation à sa ferme, et ce, sur une base commerciale formelle et régulière. Il s'agit donc d'une entreprise ouverte au public de toute provenance, dont l'accessibilité est assurée et régulière pendant les heures d'ouverture, à tout le moins durant la saison concernée, et qui assure une disponibilité constante des produits pendant les heures d'ouverture. Contrairement au producteur agrotouristique, le producteur connexe n'offre pas d'activité d'animation, ni de possibilité de visite de la ferme, ni d'autre forme d'interprétation des activités agricoles.

  Sont ainsi exclus de cette catégorie, les kiosques situés en bordure de la route et dont les horaires sont incertains, les cabanes à sucre et les fermes ouvertes de façon informelle ainsi que les producteurs vendant seulement au gros ou dans les marchés publics.

- L'entreprise connexe est une entreprise offrant des activités à caractère touristique en lien avec le monde agricole et agroalimentaire. On retrouve dans cette catégorie, les entreprises de transformation alimentaire offrant des visites ou un accès visuel aux installations, des démonstrations, une salle ou du matériel d'interprétation, une présentation des procédés de transformation, les économusées de l'agroalimentaire ou les musées dédiés au monde agricole, et finalement, certains restaurants champêtres qui font des produits régionaux leur spécialité.

  Sont exclus de la catégorie des entreprises connexes, les entreprises dont le contact avec la clientèle se limite aux transactions au comptoir de vente au détail, les restaurants qui ne font pas des produits régionaux leur spécialité, les lieux d'hébergement en milieu rural qui ne sont pas situés sur une exploitation agricole.

Dans le cadre spécifique de l'enquête, les représentants du *Groupe* ont déterminé que le classement des répondants à l'intérieur des trois catégories se réaliserait en fonction de leurs réponses aux questions suivantes :

---

[3] Inspiré de Danielle Lafrenière, MAPAQ, document interne, 2003.

1) Possédez-vous le statut de producteur agricole ?

2) Offrez-vous des activités de visite et d'animation (balade ou randonnée, centre d'interprétation, documentaire vidéo, exposition, musée, observation, visite guidée, animation) ou des activités permettant de transmettre aux visiteurs des informations associées au milieu agricole (telles que lors des repas à la ferme, des repas de cabane à sucre, des méchouis ou de l'hébergement dans un gîte touristique) ?

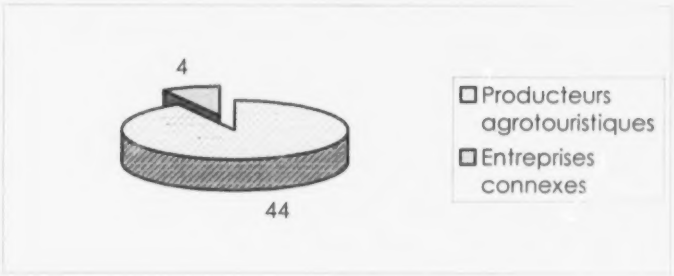
Le répondant qui déclare posséder le statut de producteur agricole et qui déclare pratiquer l'une des activités de visite, d'animation ou d'information, est classé comme un producteur agrotouristique. Le répondant qui déclare posséder le statut de producteur agricole, mais qui ne pratique aucune activité d'animation ou d'accueil lui permettant d'avoir un contact avec les visiteurs, est considéré comme un producteur connexe. Finalement, le répondant affirmant ne pas posséder le statut de producteur, mais qui offre une activité touristique liée à l'agriculture ou à l'agroalimentaire est considéré comme une entreprise connexe.

Étant donné que l'intérêt du *Groupe de concertation sur l'agrotourisme* était d'obtenir des informations particulières sur les producteurs agrotouristiques, ses représentants ont demandé à ce que les résultats de cette catégorie d'organisations soient présentés séparément des autres types d'organisations. Le lecteur intéressé par l'ensemble des résultats pourra toutefois se référer à l'annexe 1, où les résultats détaillés et combinés sont présentés. Le lecteur pourra également se référer au document *Portraits des entreprises agrotouristiques au Québec* (Marcotte et Bourdeau, 2004) pour obtenir un portrait général de ces entreprises.

1.6 La population enquêtée

Après la classification effectuée à partir des informations fournies par les répondants, un total de 44 producteurs agrotouristiques et de 4 entreprises connexes est obtenu (voir la figure 1.6). Selon les critères définis au point 1.5 et les déclarations des répondants, aucun des répondants ne fait partie de la catégorie des producteurs connexes.

Figure 1.6 : Répondants par types d'organisations



Étant donné le très faible nombre de cas classés en tant qu'entreprises connexes, et afin d'assurer la confidentialité des résultats, il n'apparaît pas pertinent de présenter les résultats qui leur sont associés dans le présent rapport. Le lecteur intéressé pourra toutefois se référer au rapport global sur l'agrotourisme au Québec afin d'avoir des données plus générales sur ces entreprises connexes.

1.7 La collecte des données

L'enquête a été menée auprès des producteurs agrotouristiques selon les informations contenues dans la banque de données sur l'agrotourisme du MAPAQ. Le questionnaire a été élaboré par le *Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec* et les chercheurs de l'Université Laval au cours de l'année 2002 [4]. Une séance de formation avec les intervieweurs téléphoniques s'est tenue le 22 janvier 2003 (voir Bourdeau et coll. 2002b). La collecte des données a été effectuée par le Conseil agrotouristique des Cantons-de-l'Est et sous la supervision de la Direction régionale de l'Estrie du MAPAQ entre les mois de mars et de mai 2003. En moyenne, vingt et une minutes (écart type de 7 minutes) étaient nécessaires pour répondre au questionnaire.

1.8 Le traitement des données

Le traitement des données s'est effectué en deux étapes. Premièrement, la saisie des données dans une coquille informatique prédéterminée (sous format Excel) a été exécutée par le Conseil

[4] Il est à noter que des modifications ont été apportées avant le début de l'enquête en 2003. Le lecteur trouvera le questionnaire utilisé pour l'enquête en annexe 2.

agrotouristique des Cantons-de-l'Est en mai 2003. Le fichier de collecte a par la suite été transmis en juin 2003 aux chercheurs de l'Université Laval. Les chercheurs ont transféré les données dans un fichier SPSS XI afin d'en effectuer le traitement statistique.

1.9 Le taux de réponse à l'enquête

Au total, 65 organisations ont été contactées dans la région des Cantons-de-l'Est. Parmi celles-ci, 48 entrepreneurs ont répondu au questionnaire, six n'ont pu être joints, un seul a refusé de participer, alors que 10 étaient considérés inadmissibles (c'est-à-dire des entreprises fermées, n'étant plus en exploitation, se déclarant non concernées par l'enquête ou ne répondant pas aux critères de producteurs agrotouristiques, de producteurs ou d'entreprises connexes, et ce, tel que spécifiés au point 1.5).

Le taux de réponse [5] de l'enquête se calcule selon la méthode suivante :

N = Qc / (N – I) * 100

Où :

N = taux de réponse

Qc = nombre de questionnaires complétés

N = population initiale

I = entreprises inadmissibles.

Le taux de réponse de l'enquête est ainsi de : (48 / (65 – 10)* 100) = 87,3 %.

Le taux de réponse des producteurs agrotouristiques, après validation de la banque [6], est de 80% (soit 44/55). L'échantillon est représentatif de la population totale; le niveau de confiance est de 95 %, 19 fois sur 20.

Le lecteur notera que les taux de réponse par question sont indiqués dans le texte, et ce, uniquement lorsqu'ils diffèrent de 100%.

---

[5] Le taux de réponse se calcule à partir du nombre de questionnaires complétés divisé par la population initiale à laquelle les entreprises inadmissibles ont été soustraites. Rappelons que les entreprises inadmissibles sont les entreprises fermées ou déclarant ne pas être concernées par l'agrotourisme.

[6] Ces informations ont été fournies par le *Groupe de concentration sur l'agrotourisme au Québec* en novembre 2003.

2. FAITS SAILLANTS DES RÉPONDANTS

Voici une présentation succincte du profil des producteurs agrotouristiques des Cantons-de-l'Est.

- Qui sont-ils ?

Les producteurs agrotouristiques possèdent le statut de producteur agricole et proposent des activités d'animation aux visiteurs qu'ils accueillent. Les organisations enquêtées se concentrent particulièrement dans la production végétale, production qui est par ailleurs très diversifiée. La présence des viticulteurs est cependant remarquable (elle représente presque le quart des répondants, suivie par les acériculteurs à raison de 18%). Les producteurs exploitant des fermes de productions animales sont peu nombreux, mais leur production est également diversifiée. Les entreprises de transformation sont également peu nombreuses, et on y remarque une petite concentration de cidreries parmi les répondants. Presque 40 % des producteurs agrotouristiques recensés sont localisés dans la municipalité régionale de comté (MRC) de Brome-Missisquoi.

- Qu'offrent-ils ?

Les producteurs offrent en moyenne 5 activités différentes aux touristes et au public. La vente de produits, les visites guidées et la dégustation sont offertes par la grande majorité des répondants (plus de 80% de ceux-ci). Tant les activités de visites et d'animation, la restauration que l'hébergement sont proposés sous des formes les plus diversifiées. La promotion des produits se limite pour sa part à la dégustation, la vente et l'autocueillette.

Concernant les produits offerts, chaque producteur en offre en moyenne 3,9 catégories différentes. Les produits transformés sont la catégorie la plus disponible (elle représente 46% de l'offre des catégories de produits), suivie par les produits issus de la production végétale (21%) et des boissons (19%). Les produits non comestibles (artisanat, produits dérivés, etc.) sont également nombreux à être offerts aux touristes et au public.

- Quand offrent-ils ces activités et produits ?

Les activités sont offertes au public environ 7 mois par an alors que les produits sont vendus durant une période d'environ 8 mois. Les visites et l'animation ainsi que la promotion et la vente sont surtout offertes à l'été et à l'automne, alors que la restauration est plutôt offerte au printemps et à l'été. L'hébergement est disponible presque annuellement. Si les deux tiers des produits sont disponibles annuellement, la vente des produits issus de la production végétale tout comme celle des produits transformés est influencée par les saisons. L'été et l'automne s'avèrent alors particulièrement propices à cette activité de vente. Finalement, l'hiver est la saison qui voit le moins de produits et d'activités offerts.

- Qui reçoivent-ils ?

Si le quart des producteurs reçoit moins de 1 000 visiteurs par an, d'autres producteurs (plus de 15%) reçoivent plus de 12 000 personnes. On retrouve donc un écart marquant entre les entreprises qui reçoivent peu et celles qui reçoivent beaucoup de visiteurs. La majorité des visiteurs vient seule ou en famille. Les clientèles de groupes, qui sont principalement constituées de membres d'association, de personnes âgées ou de groupes scolaires, ne constituent pas la majorité des répondants.

- Comment font-ils connaître leur offre agrotouristique ?

Les producteurs agrotouristiques sont relativement bien intégrés au secteur touristique. Plus de la moitié des répondants sont membres de l'Association touristique régionale et tout autant ont développé des ententes et des relations d'affaires avec d'autres partenaires touristiques. Ainsi, 40% participent à un circuit ou un événement promotionnel lié à l'agrotourisme. Les producteurs investissent également dans une panoplie d'outils promotionnels pour faire connaître leur entreprise (chacun utilisant en moyenne 5 outils promotionnels différents). Si les dépliants sont largement utilisés, les producteurs ont également recours à des formes promotionnelles plus touristiques, telles que la publicité conjointe et la signalisation touristique. Les sommes investies pour faire la promotion oscillent en moyenne autour de 6 500$ annuellement. La diversité et l'importance des investissements en promotion laissent penser que les producteurs visent une clientèle touristique et non seulement une clientèle locale.

- Que leur apporte l'agrotourisme ?

Les producteurs ont une opinion très favorable à propos du fait que l'agrotourisme leur permet de diversifier leurs revenus et qu'ils offrent ces activités agrotouristiques parce qu'ils aiment le contact avec le public. S'ils considèrent également posséder les connaissances pour développer l'aspect agrotouristique de leur entreprise, ils déplorent cependant le fait de ne pas connaître les programmes gouvernementaux de soutien à ce secteur.

Sur le plan du nombre de personnes affectées aux tâches agrotouristiques, on remarque que ce sont les activités de vente et de promotion ainsi que les activités d'animation qui requièrent le plus de personnel (plus de deux personnes par producteur en saison). Si les activités de vente et de restauration sont les activités les plus rentables (elles sont à l'origine en moyenne respectivement de 61% et 20% du revenu total des répondants), les activités d'animation ne génèrent que 3% des revenus. En moyenne cependant, l'ensemble des activités génère 91% des revenus totaux.

Les producteurs déclarent en moyenne des actifs globaux de 535 963$, alors que les actifs consacrés aux activités agrotouristiques sont évalués à 212 160$. Soulignons finalement que les répondants déclarent le plus souvent un chiffre d'affaires compris entre 150 000$ et 350 000$.

- Qu'attendent-ils ?

Les producteurs agrotouristiques des Cantons-de-l'Est possédant déjà une infrastructure touristique, ils réclament généralement à la consolidation et l'amélioration de ces circuits et événements plutôt que la création de telles instances. Ils demandent également plus de visibilité promotionnelle (publicitaire, dans les médias, etc.), mais également une visibilité « géographique et routière » avec une meilleure signalisation des entreprises. Finalement, plus de collaboration et de maillage entre les entreprises seraient vus comme des moyens de développer davantage l'offre agrotouristique.

Le tableau 2.1 résume les principaux faits saillants de l'enquête sur les producteurs agrotouristiques des Cantons-de-l'Est.

Tableau 2.1 : Tableau synthèse

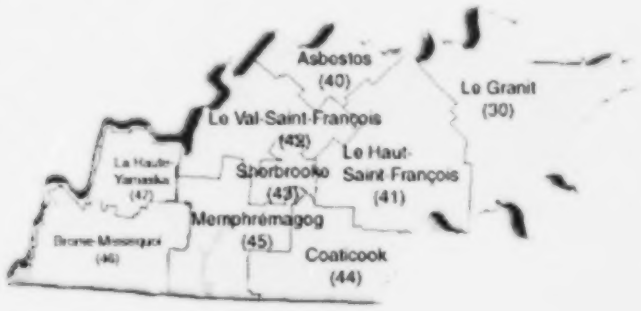
Localisation	39 % dans la MRC de Brome-Missisquoi
Producteurs viticoles	25%
Producteurs acéricoles	18%
Moyenne d'activités proposées par producteur	5
Producteurs offrant des visites guidées	84%
Moyenne de catégories de produits proposées	3.9
Producteurs proposant la vente de ses produits	86%
Activités disponibles annuellement	37%
Catégories de produits disponibles annuellement	60%
Membres de l'Union des producteurs agricoles	91%
Membres de l'Association touristique régionale	57%
Nombre moyen d'outils promotionnels utilisés	5
Nombre de personnes affectées en moyenne pour la vente et la promotion	2.2
Pourcentage moyen du revenu total attribuable à l'ensemble des activités agrotouristiques (parts cumulées)	91,3%
Catégorie du chiffre d'affaires la plus souvent déclarée	Entre 150 00$ et 350 000$

3. CONTEXTE : L'ESTRIE AGRICOLE ET LES CANTONS-DE-L'EST TOURISTIQUE [7]

D'emblée, le lecteur notera que la région enquêtée correspond au territoire de la région touristique des Cantons-de-l'Est, alors que la région agricole correspond au territoire administratif de l'Estrie [8]. Il y a donc un décalage entre les données administratives fournies pour l'Estrie et celles qui devraient correspondre à celles des Cantons-de-l'Est. Lorsque les données agricoles ou géographiques détaillées étaient disponibles, elles ont été compilées afin de dresser un portrait le plus près possible de la région enquêtée. Par contre, lorsque ces données sont manquantes, elles sont alors indiquées comme étant celles de l'Estrie.

L'Estrie comprend la ville de Sherbrooke ainsi que les municipalités régionales de comté (MRC) d'Asbestos, Coaticook, Granit, Haut-Saint-François, Memphrémagog et Val-Saint-François (voir la figure 3.1). Pour couvrir l'ensemble du territoire des Cantons-de-l'Est, il faut ajouter aux sept MRC de l'Estrie, les deux MRC de Haute-Yamaska et de Brome-Missisquoi.

Figure 3.1 Région touristique des Cantons-de-l'Est
(Figure retravaillée à partir du site Internet de l'ISQ, 2004)



[7] Les informations générales concernant le milieu agricole de l'Estrie proviennent du document *Agriculture et agroalimentaire en Estrie. Évolution, tendances et perspectives*, publié par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (avril 2002), alors que les statistiques agricoles proviennent des données du Recensement 2001 de Statistique Canada (2003). Les informations démographiques sont tirées du site Internet de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ, 2003). Les données touristiques sont pour leur part tirées de la documentation produite par l'Association touristique régionale des Cantons-de-l'Est. Pour tous ces documents, le lecteur trouvera les références complètes en bibliographie.

[8] Ce territoire administratif est composé des « municipalités régionales de comté (MRC) entières et des entités équivalentes aux MRC (c'est-à-dire les communautés urbaine ou régionale » (ISQ 2003b, p.15). Le Québec est ainsi divisé en 17 régions administratives et 20 régions touristiques.

Au plan administratif, l'Estrie couvre une superficie de 10 253 km^2, sur laquelle habitent environ 293 000 personnes, ce qui correspond à 3,9% de l'ensemble de la population du Québec. Avec 29 habitants au km^2, l'Estrie est la septième région la plus densément peuplée au Québec. En octobre 2003, sa population active comptait pour 66,4 % de la population régionale, pourcentage légèrement supérieur à celui de la moyenne québécoise. Son taux de chômage à la même période se chiffrait à 7,8%, en deçà de 1,8% de la moyenne du Québec (ISQ, 2003a).

La région touristique des Cantons-de-l'Est couvre pour sa part une superficie de 13 100 km^2 et compte 417 000 personnes. Les principaux centres urbains des Cantons-de-l'Est sont Sherbrooke, Bromont, Granby et Magog.

La zone agricole occupe plus des deux tiers du territoire des Cantons-de-l'Est, dont une bonne part (70%) demeure sous couvert forestier (*Agriculture....*, 2002). L'agriculture occupe environ 18 500 personnes, ce qui correspond à 14 % des emplois de la région. Le profil agricole est constitué de plus de 3 900 fermes. La moitié de ces fermes sont consacrées aux productions laitières et bovines, tandis qu'un quart produit des « spécialités diverses » (ex. cervidés, bisons, sangliers, volatiles, animaux à fourrure). Parmi les productions horticoles que l'on retrouve en Estrie, soulignons la présence des plantations d'arbres de Noël. En effet, cette région est responsable de 75 % de la production d'arbres cultivés au Québec. Les productions fruitières les plus importantes sont les pommes, les fraises et les framboises. Depuis les cinq dernières années, on remarque toutefois une forte croissance de la culture du bleuet et de la vigne. La production des légumes se concentre dans une proportion de 70% dans la pomme de terre et le maïs sucré. L'acériculture a également connu une forte croissance ces dix dernières années et l'Estrie se classe aujourd'hui au troisième rang de la production acéricole au Québec.

La production biologique a un rythme de croissance deux fois plus élevé en Estrie qu'ailleurs au Québec. La région comptait 49 fermes enregistrées en 2002. La production biologique se concentre principalement en horticulture, mais se retrouve aussi chez certains acériculteurs et certaines fermes de production animale.

La région des Cantons-de-l'Est, région la plus au sud du Québec et bordée par la [illegible]ière américaine, est située à une heure de route de Montréal (voir figure 3.2). Grandement favorisés par les montagnes des Appalaches qui couvrent son territoire, les nombreux bassins

hydrographiques qui le sillonnent et une architecture influencée par la présence des loyalistes au cours de l'histoire, les Cantons-de-l'Est réunissent de nombreux attraits naturels et culturels qui ont contribué au développement d'activités récréatives et touristiques. La région offre donc tant des sports de montagne (par exemple le ski, la randonnée, le vélo), des activités nautiques, des lieux de villégiature que des visites culturelles.

Parmi les activités touristiques qui distinguent la région, soulignons la présence des vignobles. Si on cultive la vigne avec succès dans cette région depuis plus de cent ans (voir notamment le site de l'Orpailleur [2003] et de la Route des vins [2003]), la majorité des viticulteurs ont commencé à produire du vin il y a moins d'une vingtaine d'années. D'autres entreprises complètent également l'offre agrotouristique de la région. En effet, l'Association touristique régionale (ATR) des Cantons-de-l'Est présente sur son site Internet des entreprises liées à l'agrotouristisme qu'elle regroupe sous les catégories suivantes : activités agrotouristiques, aliments du terroir, boissons artisanales, cabanes à sucre, vergers et vignobles (voir le site Internet de l'ATR des Cantons-de-l'Est, 2003). Nous verrons dans l'analyse qui suit, comment les données du présent sondage corroborent et enrichissent cette classification.

4. LES RÉSULTATS

4.1 Les producteurs agrotouristiques

En fonction des définitions présentées précédemment, les producteurs agrotouristiques déclarent posséder le statut de producteur agricole (statut tel que le défini le MAPAQ), et mettent en valeur la production agricole et ses dérivés en proposant des activités d'accueil et d'animation sur le site de leur entreprise agricole.

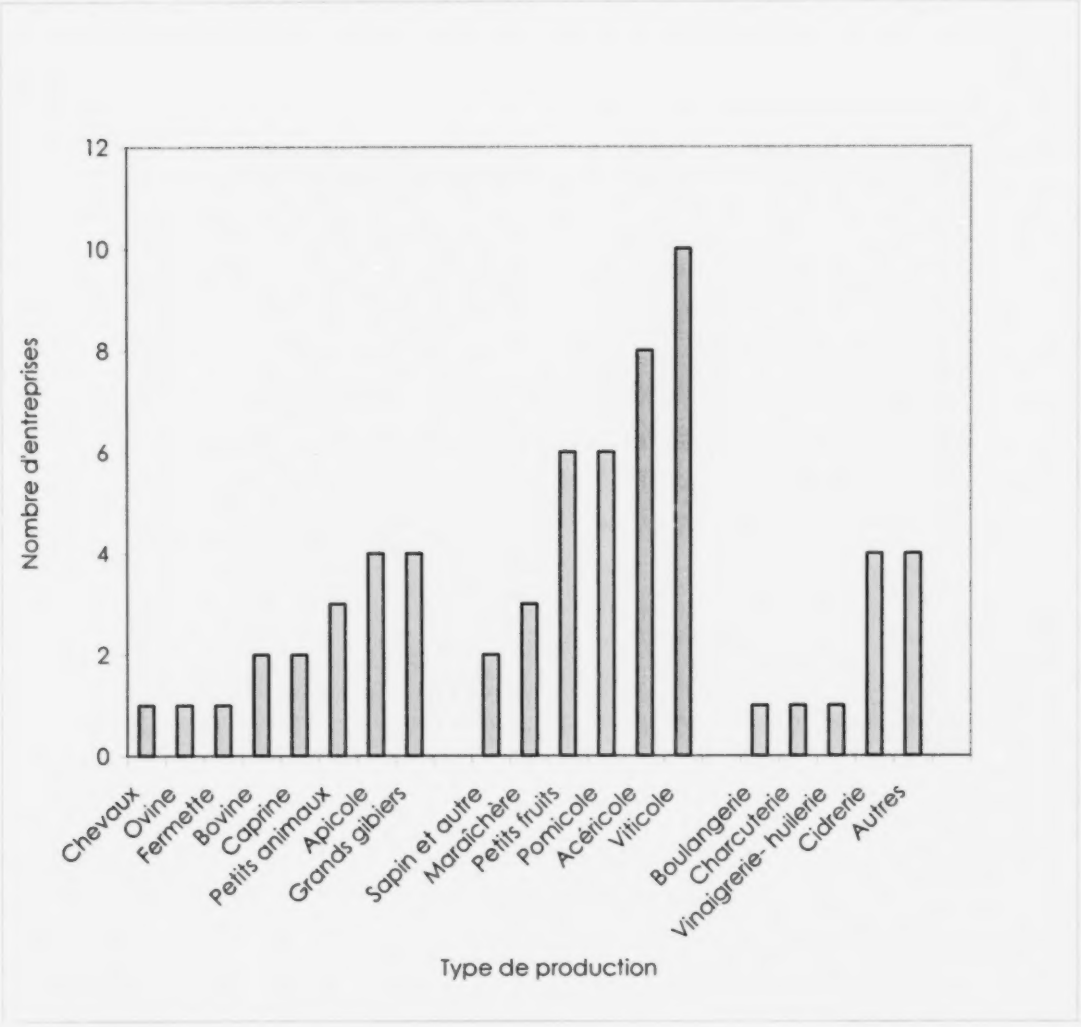
Les 44 répondants classés comme étant des producteurs agrotouristiques présentent des productions très diversifiées, et plus de la moitié d'entre eux exploitent des entreprises de production végétale (voir figure 4.1) [9]. Cette variété contraste par ailleurs avec la concentration de la production agricole régionale dans la production laitière et bovine. À ce niveau, les producteurs agrotouristiques se distinguent donc des producteurs agricoles.

Une des productions caractéristiques de la région, la viticulture, apparaît de façon marquée dans les résultats des producteurs interrogés. Cette production est en effet réalisée par 23% des répondants. Les acériculteurs représentent le second groupe d'importance d'entreprises agrotouristiques interrogées (18% possèdent une entreprise acéricole). Les pomiculteurs et les producteurs de petits fruits sont finalement parmi les autres types d'entreprises les plus présentes.

Sur le plan de la production animale, les répondants exploitent principalement des entreprises apicoles et de production de grands animaux. Finalement, les entreprises de transformation présentent des profils un peu moins diversifiés. On soulignera également la présence d'un petit groupe de producteurs de cidre parmi ces transformateurs.

[9] Le lecteur notera qu'un producteur peut exploiter une entreprise où l'on retrouve différents types de productions.

Figure 4.1 : Nombre de producteurs agrotouristiques par type de production réalisée



4.2 La localisation des producteurs agrotouristiques des Cantons-de-l'Est

Les producteurs agrotouristiques sont largement concentrés dans la MRC de Brome-Missisquoi (voir la figure 4.2.1 [10]). Cette région regroupe en effet 22 des 57 producteurs répertoriés dans la banque

[10] Le lecteur notera que la carte présentée ne reflète exactement ni la région administrative de l'Estrie, ni la région des Cantons-de-l'Est. Elle permet cependant d'avoir une vue plus générale de l'ensemble de la région et d'établir ainsi plus facilement des liens avec les pôles urbains qui l'entourent. De plus, la carte positionne les 57 producteurs agrotouristiques recensés dans la banque de données du MAPAQ et ne

de données du MAPAQ. Cette concentration est par ailleurs à l'origine de différentes propositions de circuits et événements (tels que *La route des vins* et *Saveurs et couleurs*) (voir les figures 4.2.2 et 4.2.3). L'offre agrotouristique de la MRC de Brome-Missisquoi est grandement influencée par la présence des vignobles sur ce territoire. Des acériculteurs, des pomiculteurs, des producteurs de petits fruits et d'animaux complètent l'offre de cette MRC.

Les MRC de Coaticook et de Memphrémagog arrivent en seconde et troisième places pour ce qui est du nombre de producteurs (avec respectivement 8 et 7 entreprises). Les deux régions, contiguës l'une de l'autre, offrent ensemble un bel éventail d'offres agrotouristiques. On y retrouve principalement des vergers (et des cidreries), des vignobles et différents producteurs d'animaux.

La MRC de Val-Saint-François regroupe différents producteurs d'animaux et de petits fruits. Les MRC d'Asbestos et le Haut-Saint-François, au nord-est de Sherbrooke, rassemblent principalement des producteurs de végétaux (maraîchers, petits fruits, pomiculteurs, acériculteurs), ainsi que de la charcuterie et de l'hébergement.

---

présente pas uniquement les 44 producteurs ayant répondu à l'enquête. Les ronds sur lesquels un chiffre est indiqué représentent le nombre de producteurs agrotouristiques dans chaque localité.

Figure 4.2.1 : Répartition géographique des producteurs agrotouristiques des Cantons-de-l'Est

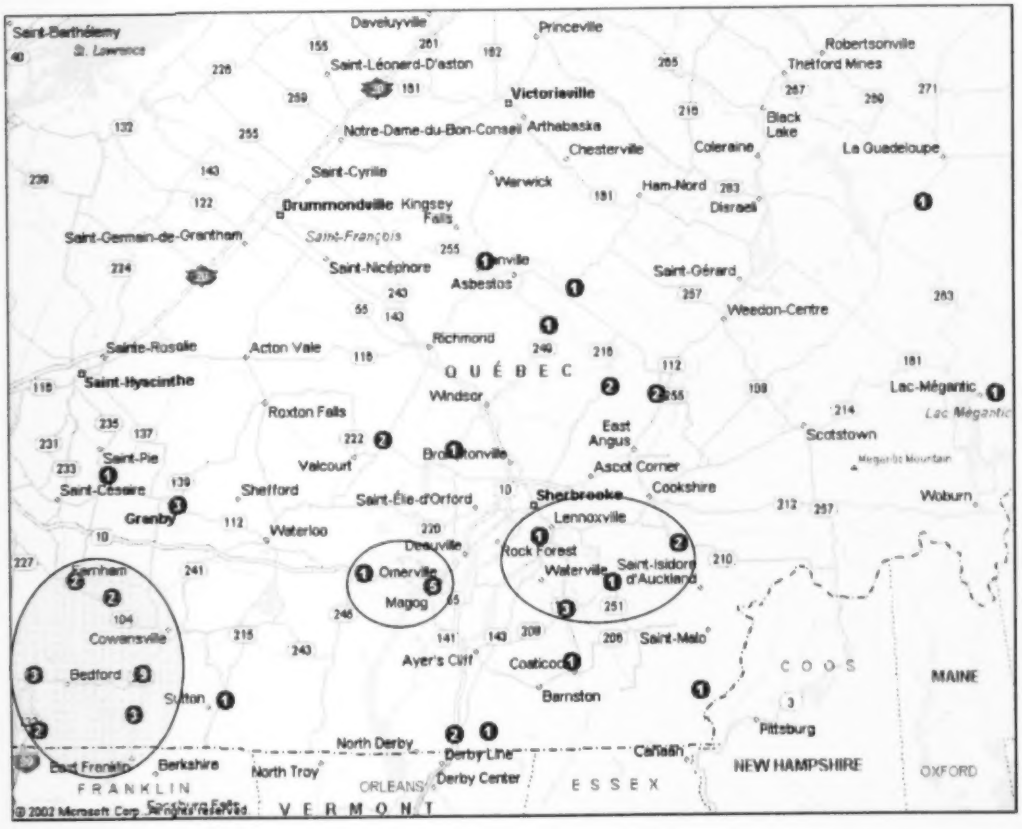
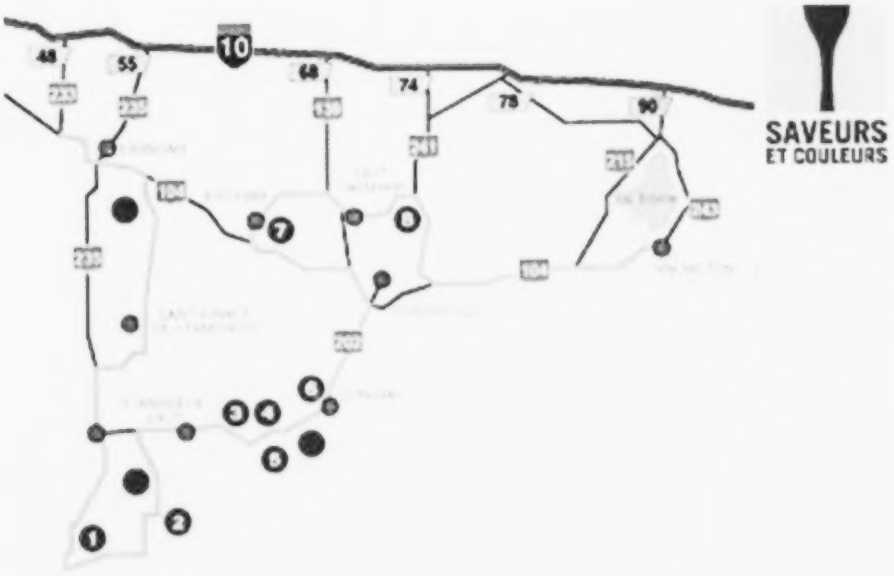


Figure 4.2.2 : La route des vins [11]

Figure 4.2.3 : Parcours de la route de vins de Brome-Missisquoi présenté par *Saveurs et couleurs* [12]



[11] Figure tirée du site Internet de la ville de Farnham (2003).
[12] Figure tirée du site Internet de Saveurs et couleurs (2003).

4.3 L'offre des activités et des produits

Les producteurs agrotouristiques offrent une grande variété d'activités (avec en moyenne 5 activités proposées par producteur). La figure 4.3 démontre que parmi les activités les plus souvent proposées on retrouve : la vente de produits (par 86% des répondants), les visites guidées (offertes par 84% des répondants) ainsi que la dégustation (pour 82% des répondants).

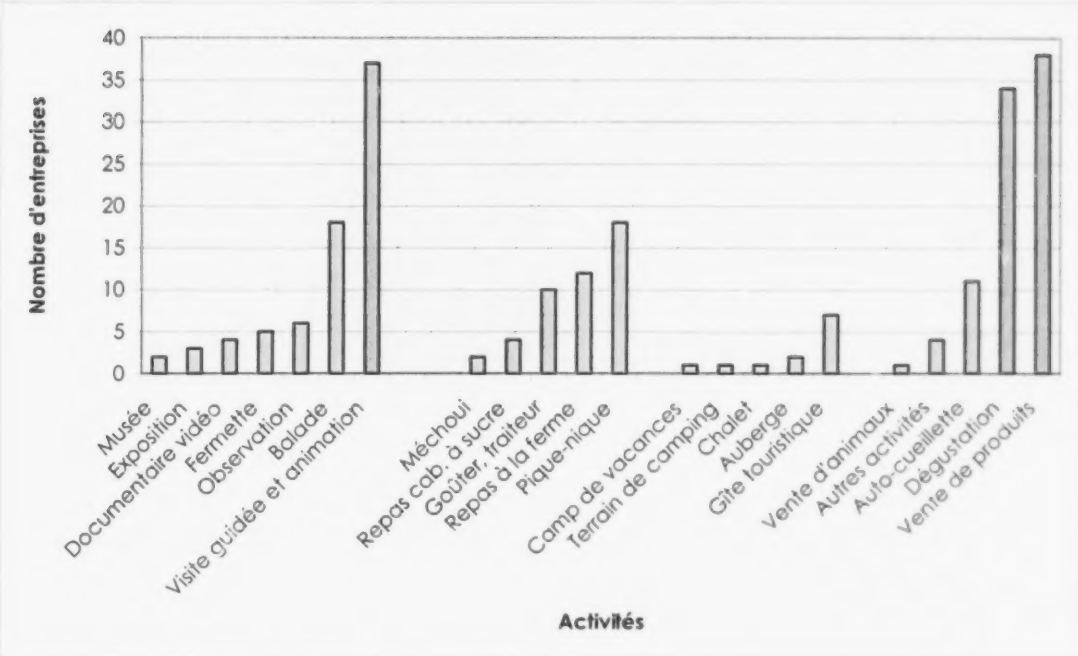
Les activités d'animation dans la région sont diversifiées. Parmi celles-ci, ce sont toutefois les visites guidées et les balades qui sont les plus offertes par les répondants. L'offre de restauration est également variée. Toutefois, on constate que même si la région estrienne se classe au troisième rang au niveau de la production acéricole au Québec et que l'on dénombre une proportion importante d'acériculteurs parmi les répondants (18% d'entre eux exploitent une entreprise acéricole), moins de 10 % des répondants proposent des repas de cabane à sucre. Cette activité représente en fait moins de 2% de l'ensemble des activités agrotouristiques offertes dans la région. Les repas à la ferme sont toutefois plus présents dans l'offre des producteurs. Cette offre se distribue sur le territoire de cinq MRC, mais se concentre particulièrement dans les MRC de Memphrémagog et de Brome-Missisquoi.

Les formules d'hébergement proposées par les producteurs sont multiples (on y retrouve des auberges, camp de vacances, gîtes touristiques, camping et chalet). La plupart de ces formules sont offertes par un petit nombre de producteurs, mais une exception notable est la formule des gîtes, offerte par 16% des répondants (sept gîtes). Cette dernière formule est d'autant plus intéressante qu'elle est distribuée sur les territoires de six MRC différentes.

Finalement, les activités de vente et de promotion se concentrent sur le plan de la vente, de la dégustation et de l'autocueillette. Si les deux premières activités de vente sont courantes et réparties dans toutes les régions, l'autocueillette se concentre dans les MRC de Brome-Missisquoi, Coaticook et le Haut-Saint-François.

Globalement ce sont donc les activités de vente et de promotion qui constituent la majorité de l'offre agrotouristique de la région des Cantons-de-l'Est (avec 40% des activités), suivi des activités d'animation (34%), de restauration (21%) et d'hébergement (5%).

Figure 4.3 : Nombre d'entreprises offrant des activités agrotouristiques



Les deux tiers des activités de visite et d'animation sont gratuits. Très majoritairement, la vente de produit, la restauration et l'hébergement sont payants. Notons toutefois que les aires de pique-nique sont mises à la disposition des visiteurs gratuitement. La moitié des répondants proposant une dégustation de leurs produits le font gratuitement.

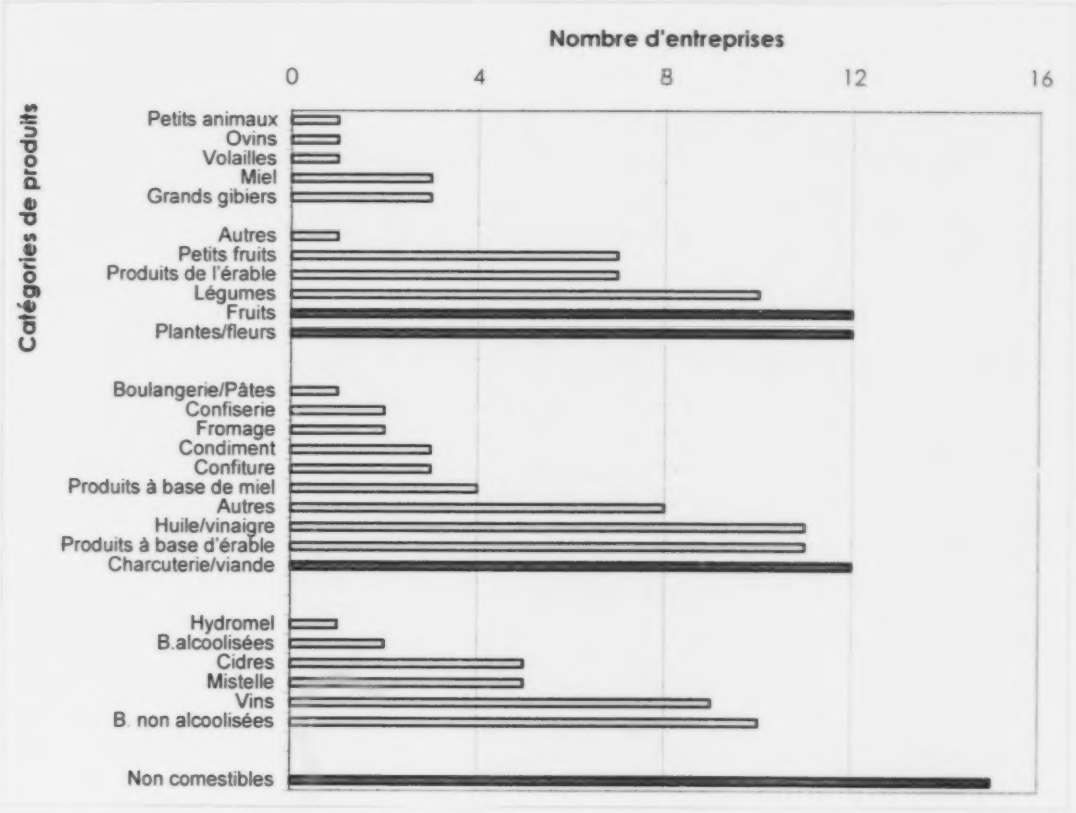
On constate à la figure 4.4 qu'à l'instar des activités pratiquées, les répondants offrent différentes catégories de produits (avec en moyenne 3,9 catégories de produits différents par producteur).

Les produits transformés sont les produits les plus fréquemment offerts. Ils représentent 46% de l'offre globale des catégories de produits proposées par les producteurs agrotouristiques. Les produits issus de la production végétale comptent pour 21% de l'offre globale, les boissons 19% tandis que les produits issus de la production animale en représentent 5%. À l'exception de cette dernière catégorie de produits, on remarque que l'offre des produits agrotouristiques dans la région est fort variée.

Les produits non comestibles sont offerts par le tiers des répondants et sont, eux aussi, très diversifiés. Si l'artisanat revient fréquemment dans la liste de ces produits, une bonne part des produits est également dérivée de la production fermière ou y est associée de très près (ex. : produits dérivés de l'émeu, tels que les œufs peints, les huiles et les savons, les produits dérivés de l'autruche [œufs, plumes], les couronnes et décorations de Noël, les vêtements de mohair, les cosmétiques au lait de chèvre, les semences, les articles oenicoles, etc.).

Les fruits, les plantes et les viandes et charcuteries viennent ensuite parmi les catégories de produits les plus offertes dans la région des Cantons-de-l'Est. Chacun représente en effet 7 % de l'offre globale des catégories de produits de la région.

Figure 4.4 : Nombre d'entreprises offrant les différentes catégories de produits



4.4 La période d'offre des activités et des produits agrotouristiques

Le nombre moyen de jours d'activités est de 213 jours par année (environ 7 mois). Cette moyenne est d'ailleurs assez semblable pour l'ensemble des catégories d'activités (214 jours pour la vente, 209 jours pour l'animation et 202 jours pour la restauration). Seul l'hébergement présente une moyenne de jours un peu plus élevée (239 jours d'accueil de visiteurs par an).

On constate à la figure 4.5 que les activités d'animation et de vente sont majoritairement offertes l'été et l'automne. On calcule que 25% des activités d'animation sont disponibles à l'année, alors que ce pourcentage grimpe à 43% pour les activités de vente. La restauration pour sa part est principalement offerte au printemps et à l'été, mais 30% de l'offre de restauration est annuelle. L'hébergement est disponible à l'année dans presque la totalité des cas. Le tableau 4.6 confirme donc que les saisons qui voient le plus d'activités disponibles pour les visiteurs sont l'été (avec 82% de l'offre d'activités disponibles en cette saison) et l'automne (avec 74% des activités). Soulignons finalement que l'hiver n'offre pas d'activité agrotouristique exclusive, et ce, même si la région recèle un potentiel d'activités touristiques hivernales relativement important (notamment avec les centres de ski).

Figure 4.5 : Nombre d'activités disponibles par saison

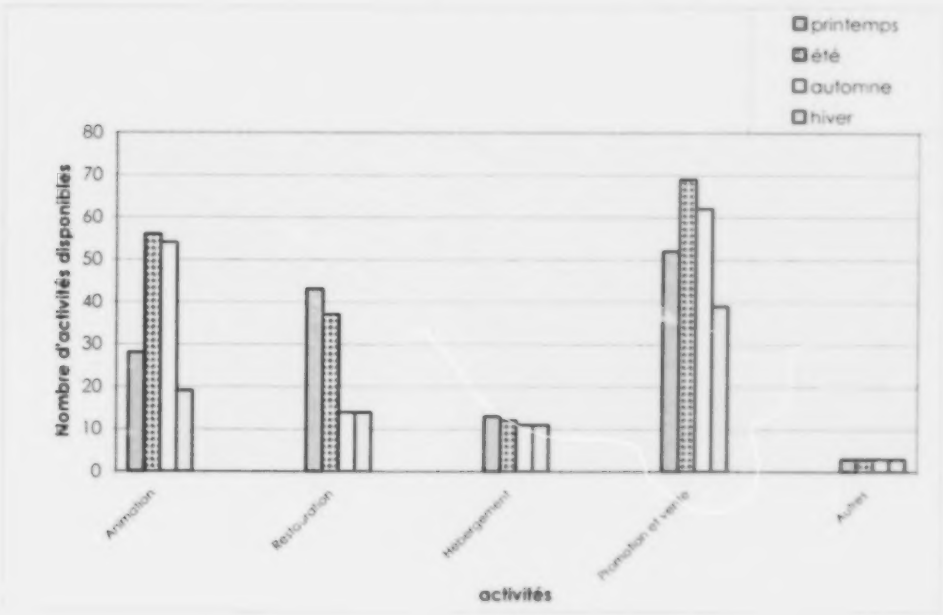
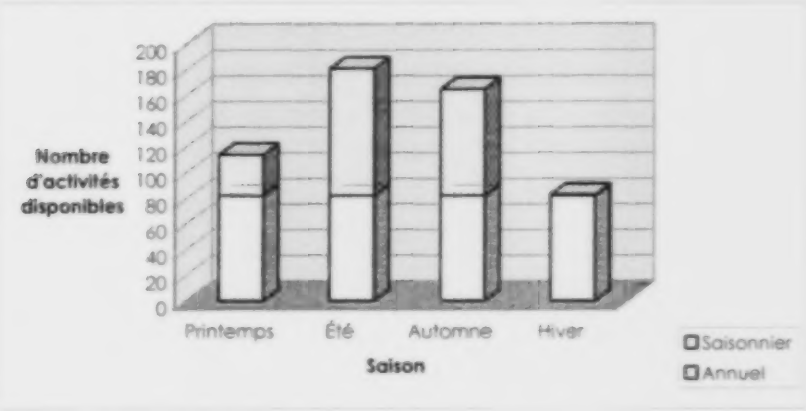


Figure 4.6 : Nombre total d'activités disponibles annuellement et par saison



L'âge moyen d'offre d'activités est de 10 ans. L'hébergement est la catégorie d'activité la plus récente, avec une moyenne d'offre de 6 ans. Les activités d'animation et de restauration sont offertes en moyenne depuis 9 ans. Soulignons toutefois que les aires de pique-nique et les repas de cabane à sucre sont offerts aux visiteurs depuis plus longtemps (plus d'une dizaine d'années) par opposition aux méchouis et aux repas à la ferme qui sont des activités relativement plus récentes (moins de 7 ans). La vente de produits est la forme d'activité la plus ancienne dans la région avec 11,6 ans.

La moyenne totale du nombre de jours de vente de produits est de 250. Dans l'ensemble, les produits sont donc disponibles un peu plus de 8 mois par an. Les produits issus de productions animales sont vendus presque toute l'année (moyenne de 330 jours). Les autres produits, les produits transformés et les boissons sont proposés au public et aux touristes plus des trois quarts de l'année (avec respectivement 280, 270 et 263 jours d'offre). Finalement, les produits issus de la production végétale sont les produits dont la saisonnalité est la plus marquée (157 jours).

On peut aussi constater que la vente de produits s'opère sur une période un peu plus longue (d'environ un mois) que la période d'offre d'activités. Ceci s'explique par le fait que 60 % des produits se vendent sur une période annuelle par opposition à 37 % des activités.

La figure 4.7 présente clairement que ce sont les produits transformés qui sont les articles les plus proposés, et que si cette disponibilité s'étend sur l'ensemble des quatre saisons, elle est encore plus grande en été et en automne. Ces deux dernières saisons présentent également le plus vaste éventail de produits issus de la production végétale et des boissons. Finalement, les produits issus de la production animale et les autres produits sont disponibles presque pareillement en toutes saisons. La figure 4.8 synthétise ainsi le fait que la majorité des produits sont offerts annuellement, et que l'été et l'automne sont les saisons les plus actives au plan de l'offre de produits. Le printemps et l'hiver ne présentent pratiquement pas de produits exclusifs durant ces saisons.

Figure 4.7 : Nombre de catégories de produits disponibles en saison

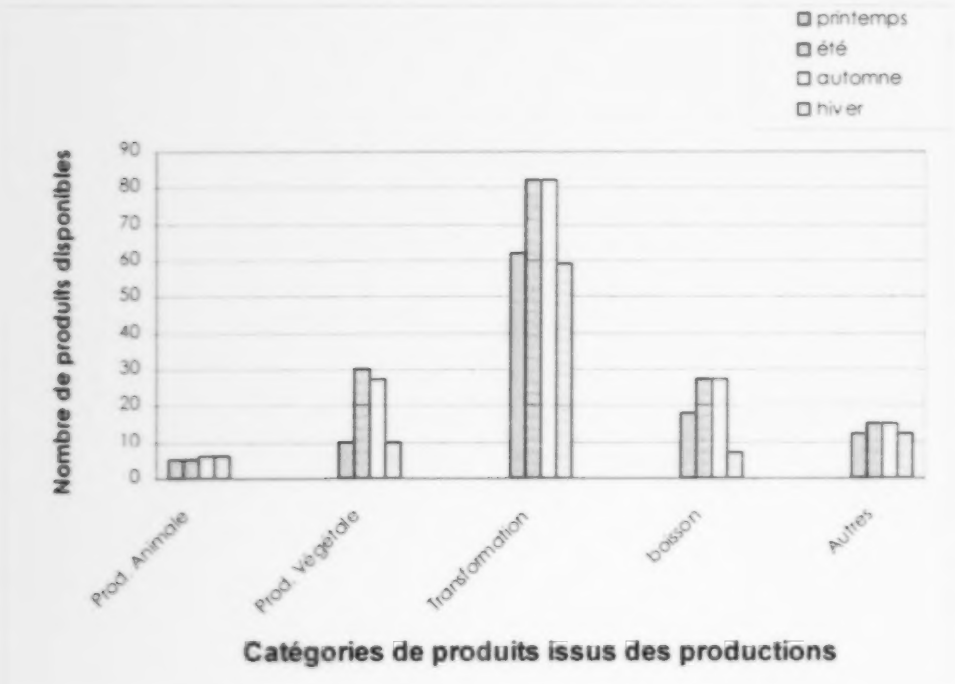
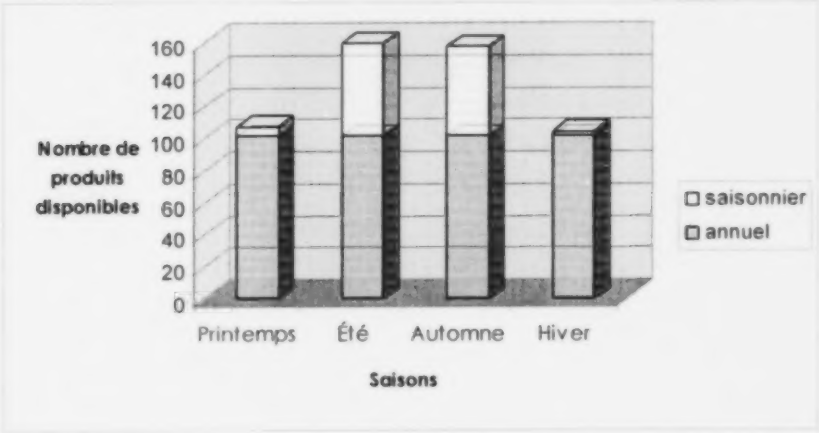


Figure 4.8 : Nombre total de catégories de produits disponibles à la vente annuellement et selon les saisons



Quoiqu'ils offrent en moyenne 3,9 catégories différentes de produits, il appert que les produits les plus vendus par les producteurs agrotouristiques sont également les produits considérés comme étant les plus avantageux. En effet, sur les 35 répondants à cette question, 28 ont mentionné que le produit le plus vendu était aussi le produit le plus rentable. Les catégories de produits qui reviennent le plus fréquemment sont le vin et les pommes. Par ailleurs, le type de catégorie le plus vendu est la boisson (plus du tiers des catégories citées). Étant donné la diversité de l'offre de produits dans la région des Cantons-de-l'Est, les autres produits cités sont presque tous différents.

Malgré la croissance du nombre de producteurs dont la production est certifiée biologique dans la région, un seul répondant possède une certification (en l'occurrence Québec-Vrai), et un second est en voie d'acquérir une certification officielle.

4.5 Les visiteurs

Les 34 producteurs agrotouristiques capables d'estimer le nombre de visiteurs reçus par année (soit 77% d'entre eux), ont déclaré avoir accueilli 304 830 visiteurs. Si cette information permet d'avoir une idée générale du nombre de visiteurs qui circulent dans la région, nous ne pouvons considérer la moyenne (qui est 8 966 personnes) comme un indicateur fiable. En effet, une

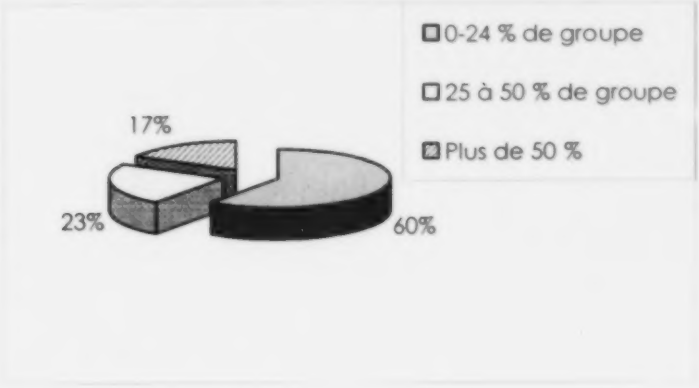
répartition plus précise des données fait ressortir les écarts importants qui caractérisent l'accueil des visiteurs par les producteurs. La moitié des producteurs reçoit moins de 3 500 visiteurs annuellement tandis que moins de 10% en reçoit plus de 25 000 [13].

Tableau 4.1 : Nombre de visiteurs reçus

Nombre de visiteurs	Pourcentage de producteurs agrotouristiques
250 et moins	11,8%
251 à 1 000	13,6%
1 001 à 2 500	13,6%
2 501 à 5 000	13,6%
5 001 à 12 500	14,7%
12 501 à 25 000	9,1%
Plus de 25 000	6,8%

L'accueil de groupes est réalisé par 84% des répondants. Pour ces producteurs accueillant des groupes, la clientèle demeure néanmoins largement constituée de visiteurs individuels ou familiaux. En effet, pour 60 % des répondants, les groupes représentent moins de 25% de l'ensemble de leur clientèle (voir figure 4.9). Seuls 17% des répondants ont une clientèle composée de plus de 50% de visiteurs venus en groupes.

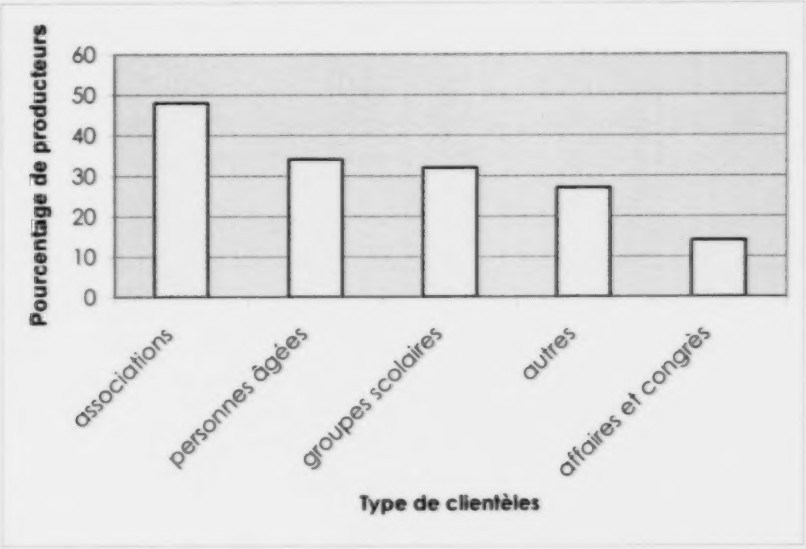
Figure 4.9 : Pourcentage de répondants recevant une proportion de visiteurs venus en groupe



[13] Afin de respecter la confidentialité des réponses, les chercheurs ont effectué les regroupements présentés au tableau 4.1.

Parmi l'ensemble des répondants, un peu moins de la moitié reçoit des groupes formés de membres d'associations ou de regroupement et environ le tiers accueille des personnes âgées et des groupes scolaires. Les groupes d'affaires ou de congrès ne représentent qu'un faible pourcentage des groupes reçus par les producteurs (voir la figure 4.10).

Figure 4.10 : Pourcentage de répondants accueillant des groupes particuliers



4.6 Les moyens d'attirer les clientèles

La totalité des répondants s'est dite membre d'une ou de plusieurs associations touristiques ou agricoles. Les associations agricoles et de producteurs regroupent une très large part des répondants (par exemple, l'Union des Producteurs Agricoles [UPA] rassemble 91% des producteurs alors que les associations de producteurs en regroupent 41%) tout comme l'Association touristique régionale (dont 57% des répondants ont déclaré en être membres) (voir le tableau 4.2).

Tableau 4.2 : Pourcentage de producteurs agrotouristiques membres d'associations

Associations	% de producteurs agrotouristiques membres
Agricotours	16
Association de producteurs	41
ATR (Association touristique régionale)	57
Chambre de commerce	21
CLD (centre local de développement)	34
Office de tourisme local	18
Québec à votre table	0
Syndicat professionnel	4,5
Union paysanne	7
UPA	91
Autres	4,5

Les producteurs agrotouristiques semblent collaborer de différentes façons pour faire valoir l'offre agrotouristique des Cantons-de-l'Est.

Ainsi, les répondants participent dans l'ordre de 40% à un circuit, événement ou regroupement touristique ou agrotouristique. La *Route des vins de la vallée de Dunham* est le circuit qui a été le plus souvent cité (7 occurrences), suivi du regroupement *De la ferme au marché* (souligné à 5 reprises), et de la véloroute (citées 2 fois). Parmi les autres réponses, citées une seule fois, nous retrouvons : Coaticook, association avec un grossiste (Air Transat), Regroupement des vignerons de Brome-Missisquoi, Saveurs des cantons et la Route des vins du Québec.

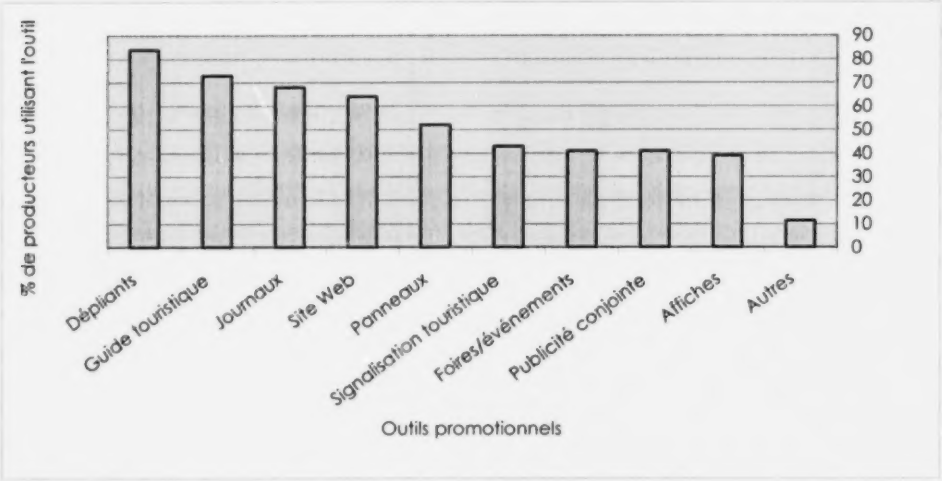
Des relations d'affaires sont établies avec d'autres entreprises par plus de 60 % des producteurs agrotouristiques (voir au tableau 4.3). Le tiers des répondants entretient ainsi des relations avec des partenaires dans le domaine de l'hébergement et un autre tiers avec des attraits ou des activités. Soulignons que 50% des répondants vendent aussi des produits d'autres entreprises.

Tableau 4.3 : Relations d'affaires

Genres d'entreprises	Pourcentage de producteurs agrotouristiques
Hébergement	30%
Restauration	11%
Transport	2,3%
Attraits et activités	30%
Autres	25%

Les producteurs agrotouristiques utilisent plusieurs outils publicitaires pour promouvoir leurs entreprises (voir figure 4.11). En moyenne, chaque répondant a recours à 5 outils différents pour faire connaître ses produits et activités. Les outils les plus employés sont le dépliant publicitaire – utilisé par plus de 80% des répondants -, le guide touristique, la publicité dans les journaux et les sites Internet. Soulignons que la proportion relativement importante de producteurs agrotouristiques membres de l'Association touristique régionale (soit 57%) explique en partie le recours à la publicité dans les guides touristiques. Il faut en effet être membre de cette association pour avoir le privilège d'acheter des publicités dans le guide régional. La panoplie d'outils utilisés laisse donc penser que les producteurs visent une clientèle qui dépasse largement celle des résidents locaux.

Figure 4.11 : Pourcentage de répondants ayant recours aux outils promotionnels



Les investissements publicitaires ont légèrement diminué entre l'année 2002 et l'année 2003 (taux de réponse de 91 % pour les deux questions). En effet, les producteurs agrotouristiques ont investi en moyenne 6 485$ pour la promotion et la publicité des activités et des produits offerts aux touristes et au public en 2002, alors qu'ils en ont investi 100$ de moins (soit 6 385 $) en 2003. Quoique la médiane des dépenses se chiffre pareillement à 3 250 $ pour les deux années, on remarque au tableau 4.4 qu'ils ont été un peu plus nombreux à investir entre 500 et 1 499$ en 2003 (ils étaient 15 % à investir une somme minimal en 2002, mais 20% en 2003). Soulignons finalement que tous les producteurs investissent au moins un montant minimal en promotion.

Tableau 4.4 : Montant investi en promotion pour les années 2002 et 2003

Montant investi [14]	% de producteurs agrotouristiques ayant investi en 2002	% cumulatif 2002	% de producteurs agrotouristiques ayant investi en 2003	% cumulatif 2003
500$ à 1 499$	15	15	20	20
1 500$ 2 999$	22,5	37,5	20	40
3 000$ à 4 999$	22,5	60	20	60
5 000$ à 9 999$	15	75	12,5	72,5
10 000$ à 14 999$	12,5	87,5	12,5	85
15 000$ et plus	12,5	100	15	100

4.7 Les apports de l'agrotourisme

L'apport de l'agrotourisme pour les producteurs agrotouristiques a été évalué en tenant compte de la perception des répondants relativement aux réalités de l'agrotourisme ainsi qu'en évaluant les répercussions de ces activités aux plans financier et de l'emploi.

La perception des répondants relativement aux différentes dimensions de l'agrotourisme a été évaluée par une série de questions auxquelles le répondant devait manifester son degré d'accord ou de désaccord (voir les résultats au tableau 4.5).

Les producteurs agrotouristiques sont fortement en accord avec le fait qu'ils offrent des activités agrotouristiques parce qu'ils aiment le public et que ces activités sont une source de diversification de leurs revenus. Ils considèrent également qu'ils possèdent les connaissances pour développer leur entreprise, que leur chiffre d'affaires a augmenté depuis qu'ils offrent ces activités et qu'ils tiennent à faire connaître le milieu agricole au public et aux touristes.

Ils ont une opinion relativement positive vis-à-vis de l'idée que l'agrotourisme procure de l'emploi à la famille et que les investissements sont rentables, mais une position plus mitigée quant au fait de considérer que le temps consacré aux activités agrotouristiques est supérieur à celui consacré aux activités agricoles et vis-à-vis du fait de connaître suffisamment la réglementation. Soulignons que les répondants perçoivent qu'ils ne connaissent pas les programmes d'aide relatifs à l'agrotourisme.

[14] Afin de respecter la confidentialité des réponses, les chercheurs ont effectués les regroupements présentés au tableau 4.4.

Le lecteur notera finalement que les taux de réponse sont légèrement inférieurs pour les libellés touchant les thématiques financières, d'emplois et de temps consacré aux activités agrotouristiques.

Rappelons que l'échelle utilisée est la suivante :

1) Tout à fait en désaccord
2) En désaccord
3) Plus ou moins en accord
4) En accord
5) Tout à fait en accord

Tableau 4.5 : Perception de l'agrotourisme

	Moyenne	Écart type	Taux de réponse
1. Depuis que vous offrez des activités ou des produits au public et aux touristes, le chiffre d'affaires de votre entreprise a augmenté.	**4,1**	0,9	86%
2. Vous offrez des activités parce que vous aimez le public.	**4,4**	0,7	100%
3. Vous offrez ces activités pour faire connaître le milieu agricole au public.	**4,1**	1,1	98%
4. L'agrotourisme vous permet de diversifier vos revenus.	**4,4**	0,9	91%
5. Ces activités procurent de l'emploi à votre famille.	3,7	1,6	91%
6. En saison touristique, le temps demandé pour les activités agrotouristiques est supérieur au temps exigé pour vos activités agricoles ou de transformation.	3,5	1,2	80%
7. Vos investissements pour ces activités sont rentables.	3,7	1,1	96%
8. Vous avez l'intention d'investir davantage pour ces activités.	3,4	1,3	93%
9. Vous possédez les connaissances pour développer l'aspect agrotouristique de votre entreprise.	**4,2**	0,8	96%
10. Vous connaissez les programmes gouvernementaux de soutien à l'agrotourisme.	2,4	1,1	100%
11. Vous connaissez la réglementation s'appliquant à l'agrotourisme.	3,5	1,2	98%

Pour l'ensemble de leurs activités de production, aussi bien agricole qu'agrotouristique, le nombre d'employés réguliers varie de 1 à 12, alors qu'il oscille entre 0 et 110 pour les employés saisonniers. La moyenne se situe à 3 employés réguliers et 10 employés saisonniers. Le cas le plus fréquent est le producteur agrotouristique employant 2 personnes à temps complet et n'ayant aucun employé saisonnier. Les tableaux 4.6 et 4.7 ventilent les pourcentages de répondants par nombre d'employés réguliers et saisonniers.

Tableau 4.6 : Pourcentage d'entreprises ayant des employés réguliers

Nombre d'employés réguliers	% de producteurs agrotouristiques
1	25
2	27,3
3	15,9
4 à 5	18,1
6 et plus	13,6

Tableau 4.7 : Pourcentage d'entreprises ayant des employés saisonniers

Nombre d'employés saisonniers	% de producteurs agrotouristiques
0	22,7
1 à 2	18,2
3 à 4	18,2
5 à 7	18,2
8 à 20	6,9
Plus de 20	16,1

On remarque que les producteurs agrotouristiques sont des entreprises de petite taille au plan du nombre de personnes affectées aux différentes activités agrotouristiques. En effet, la moyenne générale est de 1,5 personne affectée à l'ensemble des activités. Le lecteur notera qu'une même personne peut réaliser plusieurs tâches et que certaines tâches ne requièrent pas l'affectation d'une personne à temps complet. Cette dernière constatation explique que bon nombre de répondants ont répondu qu'un seul individu, ou même que personne, n'était assigné aux différentes activités.

Les résultats du tableau 4.8 nous démontrent de façon plus précise que les producteurs agrotouristiques ont généralement recours à 1ou 2 personnes pour offrir les activités d'animation, et à plus de 2 personnes pour la vente et la promotion. L'hébergement et la restauration, au contraire, n'exigent que peu de personnel (83,3% des répondants n'affectent personne à l'hébergement et 59,5% n'affectent personne à la restauration). De plus, le tableau 4.8 permet de préciser que la moyenne de personnes affectées aux différentes activités oscille entre un minimum de 0,2 pour l'hébergement et un maximum de 2,2 pour assurer la vente et la promotion des produits.

Finalement, dans l'ensemble de la région, les répondants affectent 85 personnes aux activités de visites et d'animation, 65 à la restauration, 9 à l'hébergement et 91 à la vente de produits. Rappelons que certaines de ces personnes peuvent être affectées à plus d'une activité.

Le lecteur notera que le nombre de personnes a été arrondi au tableau 4.8, et ce, afin d'en faciliter la lecture. Ainsi, la catégorie « 1 personne » comprend les fractions décimales (ex. 0,25 personne jusqu'à 1 personne), « 2 personnes » comprend plus d'une personne (ex. 1,1 jusqu'à 2 individus), et ainsi de suite. Le calcul du nombre de personnes affectées aux différentes activités, comme la moyenne de ce nombre de personnes, ont cependant été calculés à l'aide des données intégrales (avec décimales). Il faut également souligner que les données d'un répondant ont été retranchées. Le nombre de personnes déclaré étant démesurément élevé, ces données compromettaient la valeur de l'ensemble des informations contenues dans le tableau.

Tableau 4.8 : Pourcentage des producteurs selon le nombre de personnes affectées aux différentes activités

	% de producteurs qui affectent ce nombre de personnes pour effectuer les différentes activités				
Personnes affectées	Activités d'animation	Restauration	Hébergement	Promotion et ventes	Autres activités
0 personne	23,8	59,5	83,3	17,1	0
1 personne	33,3	14,3	4,8	24,4	0
2 personnes	33,3	9,6	11,9	26,8	0
3 personnes et plus	9,6	16,6	0	31,7	0
Moyenne du nombre de personnes affectées	2,1	1,6	0,2	2,2	0
Taux de réponse (%)	96	96	96	93	100

Revenus agrotouristiques par rapport à l'ensemble des revenus

Le tableau 4.9 présente l'évaluation du pourcentage des revenus générés par les différentes activités agrotouristiques pour l'année 2002. La vente de produits est de loin la plus importante source de revenus agrotouristiques pour les répondants. La vente générerait en moyenne 60% de l'ensemble des revenus des répondants, et pour plus de la moitié des répondants, elle serait même la principale source de revenus (plus de 75% du revenu total de l'entreprise). La restauration est la seconde catégorie d'activités agrotouristiques qui génère le plus de revenus (avec en moyenne 20% des revenus totaux de l'entreprise qui sont tributaires de cette activité). Les deux tiers des répondants déclarent ne retirer aucun revenu des activités de visites et d'animation ou de restauration. Dans le cas de l'hébergement, étant donné qu'un cinquième des répondants exploite un établissement d'hébergement, la moyenne de revenu est beaucoup plus faible (7,1%).

Lorsque l'on additionne l'ensemble des proportions de revenus estimées pour chacune des activités (total inscrit à la dernière colonne du tableau 4.9), on constate que la presque totalité des répondants (91%) estime que l'ensemble de leurs revenus agrotouristiques génère 100% des revenus globaux de leur entreprise. Étant donné le libellé de la question 21 du questionnaire (*Pour l'année qui vient de s'écouler, à combien estimez-vous la part de vos revenus globaux qui proviennent des activités de visite et d'animation... de l'hébergement....de la restauration... de la vente de produits... des autres activités...*), trois hypothèses ou trois cas de figure peuvent expliquer ce fort pourcentage. Premièrement, les situations où la comptabilité de l'entreprise agrotouristique est indépendante de l'entreprise agricole. Les répondants ont alors répondu pour cette entreprise agrotouristique et n'ont pas tenu compte des revenus de l'entreprise agricole, qui est par ailleurs être située au même endroit. Deuxièmement les situations où les répondants considèrent que l'entreprise agrotouristique est l'entreprise agricole. Autrement dit, les situations où les activités agrotouristiques ne représentent pas une partie de l'entreprise agricole, mais la totalité (les revenus agrotouristiques équivalent alors à 100% des revenus de l'entreprise). Finalement, le troisième cas de figure où les répondants possèdent une seule entreprise avec plusieurs sources de revenus (notamment agrotouristiques et agricoles) mais qui n'a fourni l'information que pour la part agrotouristique. Pour ce troisième cas, on ne connaît alors pas la proportion agrotouristique par rapport à la totalité des revenus (agrotouristiques et agricoles).

Tableau 4.9 : Pourcentage des producteurs qui obtiennent des revenus de leurs activités agrotouristiques, ventilé par catégorie d'activités agrotouristiques

	% de producteurs qui reçoivent des revenus selon les différentes activités					
Part du revenu provenant des activités	Visite et animation	Restauration	Hébergement	Vente de produits	Autres activités	Part globale (cumulée) des revenus provenant des activités, toutes catégories confondues
Aucun revenu	66,7	68,1	81,4	13,2	95,5	5%
1 à 24%	33,3	4,8	7	13,2	4,5	0
25 à 49%	0	0	7	10,3	0	0
50 à 74%	0	12,9	2,3	10,3	0	8%
75 % et plus	0	14,2	2,3	53	0	87%
Moyenne de la part de revenus provenant des activités :	2,9%	19,9%	7,1%	60,6%	0,5%	Moyenne des parts cumulées : 91,3%
Taux de réponse	89%	93%	98%	86%	100%	86%

Actifs globaux

Les actifs globaux des producteurs agrotouristiques (incluant les immeubles, la machinerie, les terrains, la valeur des animaux) oscillent entre 150 000$ et 2 200 000$ et sont en moyenne évalués à 634 000$ (taux de réponse de 75%). Soulignons que dans la moitié des cas, les actifs sont estimés à moins de 450 000$. À titre comparatif, le capital moyen par entreprise (calcul effectué pour les Cantons-de-l'Est à partir des données de Statistique Canada, 2003) est de 535 963$ et de 668 000$ à l'échelle du Québec. Les entreprises agrotouristiques seraient ainsi des entreprises ayant un capital moyen plus important que la moyenne régionale.

Actifs consacrés aux activités offertes aux touristes et au public

Le montant des actifs consacrés uniquement à l'offre et à la production de services et de produits agrotouristiques est en moyenne évalué à 212 160$ par les répondants de la région des Cantons-de-l'Est (taux de réponse de 57%, donc pour 25 répondants). Toutefois, pour plus de la moitié des répondants à cette question, ces investissements sont inférieurs à 100 000$ (voir tableau 4.10). Pour ces 25 répondants, les actifs consacrés aux activités agrotouristiques totalisent plus de 5,3 millions.

Tableau 4.10 Actifs consacrés aux activités agrotouristiques

Montant des actifs	% des producteurs agrotouristiques	% cumulatif
Moins de 10 000$	12	12
10 000$ à 50 000$	24	36
50 001$ à 100 000$	24	60
100 001$ à 200 000$	20	80
Plus de 200 000$	20	100

Investissements en immobilisation pour offrir des activités aux touristes et au public

Depuis les deux dernières années, les 42 répondants à cette question ont investi ensemble 1 216 000$ pour offrir des activités et des produits aux touristes et au public. En moyenne, ils auraient investi 30 400$ pour recevoir des touristes (un taux de réponse de 91% a été obtenu pour cette question). Soulignons toutefois que 22,5% de ces répondants n'ont effectué aucune dépense au chapitre des immobilisations afin de recevoir des visiteurs.

Tableau 4.11 Montants investis pour l'offre de produits et d'activités agrotouristiques

Montant des investissements	% des producteurs agrotouristiques	% cumulatif
0$	22,5	22,5
1 à 2 500$	12,5	35
2 501$ à 5 000$	10	45
5 001$ à 10 000$	12,5	57,5
10 001$ à 20 000$	7,5	65
20 001$ à 30 000$	10	75
30 001$ à 100 000$	17,5	92,5
Plus de 100 000$	7,4	100

Le chiffre d'affaires

Les catégories de revenu qui regroupent le plus grand nombre de répondants sont les tranches de 150 000$ à 249 999$ et de 250 000$ à 349 999$. Toutefois, le quart des répondants situe son chiffre d'affaires à moins de 50 000$ annuellement et la moitié déclare moins de 100 000$ (taux de réponse de 77%). À des fins de comparaison, soulignons que le revenu moyen de tous les producteurs agricoles des Cantons-de-l'Est est estimé à 156 446$. Sur le plan des revenus, les producteurs agrotouristiques sont donc des entreprises plus petites que les entreprises agricoles de la région. De façon plus précise, le chiffre d'affaires des répondants se répartit dans les catégories suivantes (en pourcentage) :

Figure 4.12 : Chiffre d'affaires des producteurs agrotouristiques en pourcentage

Évaluation des revenus générés par l'agrotourisme

De nombreuses précautions doivent être prises avant d'utiliser le résultat du calcul des revenus générés par l'agrotourisme. En effet, l'utilisation de données catégoriques afin de mesurer le chiffre d'affaires ne permet pas de calculer une moyenne du chiffre d'affaires des producteurs agrotouristiques enquêtés, ni d'effectuer tout autre calcul paramétrique à partir de cette information. Le calcul en terme financier des revenus provenant des différentes activités proposées et l'évaluation des retombées économiques pour l'ensemble de la région s'en trouvent donc affectés. Le choix du niveau de mesure est fondamental, car il conditionne la nature des analyses statistiques qui sont réalisables (Perrien et coll. 1984, p.359). Dans le cas actuel « Lorsque le niveau de mesure des données est de type ordinal, les statistiques paramétriques, comme le calcul de la moyenne arithmétique et de l'écart type conduisent à des résultats erronés puisque les intervalles successifs entre les catégories ne sont pas égaux » (Perrien et coll., 1984, p.356) et qu'on ne peut en connaître la moyenne.

À la demande du Groupe, il a été choisi d'utiliser le montant minimal des catégories du chiffre d'affaires afin de calculer la part des revenus des producteurs attribuables à leurs activités agrotouristiques [15]. Cette méthode permet de s'assurer que les revenus générés par ces activités ne sont pas surestimés. Le tableau 4.12 présente donc que les revenus totaux associés aux activités agrotouristiques pour les 34 producteurs répondants sont d'au moins 4,7 millions de dollars, dont presque 3 millions provenant de la vente de produits et 1,3 million de la restauration. En moyenne, les producteurs agrotouristiques ayant répondu obtiendraient **134 593 $** de leurs activités agrotouristiques.

À titre indicatif, les revenus de tous les producteurs des Cantons-de-l'Est sont estimés à 562 millions (résultats compilés pour la région à partir des données de Statistique Canada, 2003), ce qui donne un revenu moyen de 156 446$ par producteur agricole.

Tableau 4.12 Évaluation approximative des revenus attribuables à l'agrotourisme

Visite et animation	Restauration	Hébergement	Vente de produits	Autres activités	Total des revenus générés
137 000$	1 311 750$	318 750$	2 915 000$	28 250$	4 710 750$

[15] Il importe également de souligner l'incertitude relativement aux informations fournies pour les parts de revenus attribuables aux activités agrotouristiques et pour le chiffre d'affaires. Il n'a pas été confirmé que les répondants ont donné pour les deux questions des informations relatives à leur entreprise agrotouristique ou leur entreprise agricole et agrotouristique.

4.8 Les éléments externes influençant le développement de l'agrotourisme

Selon les répondants, l'élément qui favorise le plus le développement de l'agrotourisme dans la région des Cantons-de-l'Est est la présence des vignobles. Ces derniers, jumelés à la *Route des vins*, ont en effet été cités par près du tiers des répondants. La beauté des paysages et de la campagne a également été citée à quelques reprises comme un élément contribuant à l'essor de ce secteur économique.

Plus de la moitié des répondants considèrent que la région ne possède aucun élément qui défavorise le développement de l'agrotourisme. Parmi les éléments qui ont été soulevés comme des freins au développement soulignons l'éloignement des centres urbains, les conditions défavorables des routes et la crainte de voir le paysage détruit par la pollution, le déboisement et l'industrialisation de l'agriculture. Finalement, la complexité de la réglementation et le manque de support au développement de produits agrotouristiques ont été notés.

L'offre agrotouristique des Cantons-de-l'Est semble en partie organisée. En effet, des circuits sont proposés aux touristes, des fêtes et festivals sont mis sur pied et quelques entreprises agricoles se sont associées à des prestataires touristiques de la région. Cette organisation de l'offre agrotouristique explique que la plupart des répondants suggèrent que la consolidation et l'amélioration de l'infrastructure en place favoriseraient la croissance de l'agrotourisme. Cette consolidation passerait notamment par un meilleur maillage et une meilleure coopération entre les entreprises, la création et l'amélioration des circuits et des événements agrotouristiques ainsi qu'une centralisation des efforts de promotion. La nécessité de faciliter l'accès au financement (par des subventions, le crédit bancaire, etc.) a également été soulignée comme un élément qui favoriserait le développement agrotouristique.

Ils ont également été nombreux à prôner une plus grande visibilité pour les produits et activités agrotouristiques : visibilité publicitaire, visibilité dans les médias, visibilité dans les bureaux d'information touristique, mais également sur la route. À cet effet, d'aucuns ont souligné les coûts prohibitifs de la signalisation touristique (panneaux bleus) et la nécessité de baliser davantage les circuits en place. Un répondant a également suggéré la mise sur pied d'une accréditation des produits agrotouristiques afin d'en assurer la qualité et la notoriété.

CONCLUSION

L'agrotourisme dans les Cantons-de-l'Est présente un profil très diversifié, tant au plan des activités offertes qu'au niveau des produits proposés aux visiteurs. Il est de plus favorisé par une offre exclusive, assez nombreuse et concentrée géographiquement pour avoir permis la mise sur pied de circuits et d'événements agrotouristiques. En effet, la présence des vignobles dans cette région lui procure une particularité spécifique et avantageuse. Elle semble également avoir vitalisé l'offre d'autres activités touristiques et d'autres produits régionaux.

Ainsi, les nombreuses formules d'hébergement, de restauration et d'activités, jumelées à une diversité de produits à vendre (notamment au niveau des produits transformés) permet aux Cantons-de-l'Est d'offrir ces activités une bonne partie de l'année. Si l'été se présente comme une saison particulièrement active, les vergers et les vignobles, fort présents sur le territoire permettent d'allonger la saison jusqu'à l'automne, tout comme les acériculteurs, également en nombre important sur le territoire, permettent de profiter de l'achalandage touristique dès le printemps. L'hiver demeure une saison à exploiter davantage. La région, favorisée par la présence de centres de ski, pourrait tirer profit de la présence des visiteurs et villégiateurs déjà présents (par exemple durant les festivités et les congés de Noël).

Les producteurs paraissent très actifs au plan de la promotion de leur entreprise, des relations avec d'autres entreprises, et relativement bien impliqués au niveau touristique. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que, pour la grande majorité des répondants, la dimension agrotouristique serait l'élément prioritaire de leur entreprise. En effet, pour presque tous les répondants, la totalité de ces revenus sont tributaires des activités agrotouristiques. L'entreprise, du moins au plan de ses revenus, serait ainsi plus agrotouristique qu'agricole. Malgré tout le dynamisme déployé au niveau de la mise en marché de leur entreprise, les producteurs n'en demandent pas moins une plus grande visibilité promotionnelle ainsi qu'une centralisation et une consolidation des efforts de promotion.

BIBLIOGRAPHIE

Archambault, Michel et Waaub, Jean-Philippe (2001). *Étude sur les entreprises liées à l'agrotourisme : Rapport final,* (projet-pilote réalisé dans Chaudière-Appalaches) mars, Présenté à l'Union des producteurs agricoles pour le Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, 56 pages et annexes.

Association touristique régionale des Cantons-de-l'Est, 2003 http://www.tourismecantons.qc.ca/FRANCAIS/visit/categor/agro/recherche_agrotourisme.html, document consulté le 2 décembre 2003.

Bourdeau, Laurent, Marcotte, Pascale et Doyon, Maurice (2002a). *Revue de littérature : Les définitions de l'agrotourisme*, Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, septembre, 25 pages.

Bourdeau, Laurent, Marcotte, Pascale et Doyon, Maurice (2002b). *Révision de la méthodologie de recherche de l'étude sur les entreprises liées à l'agrotourisme*, Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, 72 pages.

Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec (2001). *Étude sur les entreprises liées à l'agrotourisme*, mars, 51 pages.

Institut de la statistique du Québec, 2003a, Direction des statistiques économiques et sociales http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil05/societe/marche_trav/indicat/tra_mens05.htm, document consulté entre le 1er et le 15 décembre 2003.

Institut de la statistique du Québec, 2003b, *Lexique du code géographique du Québec*, http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/referenc/pdf/lexique2001.pdf, document consulté le 2 décembre, 31 pages.

L'Orpailleur, 2003, http://www.orpailleur.ca/francais/index.html, consulté le 3 décembre 2003.

Marcotte, Pascale et Bourdeau, Laurent (2004). *Portraits d'entreprises agrotouristiques au Québec*, Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec, (à paraître).

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, Direction régionale de l'Estrie, 2003, *Agriculture et agroalimentaire en Estrie, Évolution, tendances et perspectives,* (avril 2002), http://www.agr.gouv.qc.ca/estrie/pdf/Profil_Estrie/Sommaire_profil_estrie.pdf , document consulté le 6 décembre 2003.

Perrien, Jean, Chéron, Emmanuel et Zins, Michel, 1984. *Recherche en marketing*, Montréal : Gaëtan Morin éditeur, 615 pages.

Route des vins, 2003 http://www.saveursetcouleurs.com/francais/pages/route/index.php, document consulté le 3 décembre 2003.

Saveurs et couleurs (2003): http://www.saveursetcouleurs.com/index.html, consulté le 3 décembre 2003.

Statistique Canada, 2003. *Agriculture 2001, Recensement.* Catalogue : 95F0301XIF, http://www.statcan.ca/francais/freepub/95F0301XIF/tables_f.htm, Document consulté le 10 décembre 2003.

Tourisme Québec, 2003, *Les routes du Québec,* http://www.bonjourquebec.com/francais/explorez/cartes/routes.html, consulté le 3 décembre 2003.

Ville de Farnham : http://www.villede.farnham.qc.ca/02/touris.htm., consulté le 3 décembre 2003.

Annexe 1

Résultats détaillés des organisations liées à l'agrotourisme

dans les Cantons-de-l'Est

Cette annexe contient les résultats détaillés de certains tableaux dont la présentation à l'intérieur du texte d'analyse aurait passablement alourdi la lecture. Comme pour les tableaux et figures présentés dans le texte, les informations confidentielles ont été condensées de façon à respecter l'anonymat des répondants. Le lecteur trouvera dans cette annexe les informations concernant toutes les organisations liées à l'agrotourisme enquêtées dans la région des Cantons-de-l'Est, c'est-à-dire celles des 44 producteurs agrotouristiques et des 4 entreprises connexes. Aucun producteur connexe n'a répondu au questionnaire. Étant donné le très faible nombre de répondants appartenant à la catégorie des entreprises connexes, leurs résultats sont présentés à titre informatif, et n'ont pas fait l'objet d'analyse. Le document *Portrait d'entreprises agrotouristiques au Québec*, présente toutefois les résultats et l'analyse détaillée de ce dernier groupe d'entreprises. Le lecteur intéressé pourra donc s'y référer.

Tableau 1 : Types d'entreprises possédées par les répondants

A : Producteurs agrotouristiques
E : Entreprises connexes

PRODUCTION D'ANIMAUX	A	E	PRODUCTION VÉGÉTALE	A	E	TRANSFORMATION	A	E
Producteur apicole	4		Céréales-légumineuses	0		Boulangerie/Pâtes	1	
Producteur bovin	2		Producteur maraîcher	3		Brasserie	0	
Producteur caprin	2		Prod. de petits fruits	6		Charcuterie/Viandes	1	1
Chevaux	1		Verger	6		Cidrerie	4	
Producteur ovin	1		Autres fruits	0		Confiserie	0	
Producteur piscicole	0		Producteur acéricole	8		Fromagerie	0	
Producteur porcin	0		Vignoble	10		Vinaigrerie- huilerie	1	
Prod. grands gibiers	4		Plantes/Fleurs	0	1	Autres : Jus pétillant, atelier décoration, table champêtre, cabane à sucre, canard de Barbarie	4	2
Prod. petits animaux	3		Autres : sapin	2				
Autres : fermette	1							
Total	18	0	Total	35	1	Total	11	3

L'offre d'activités et de produits

Tableau 2: Nombre d'activités agrotouristiques offertes au public et aux touristes par les producteurs agrotouristiques, ainsi que le nombre moyen de jours d'activité et le nombre moyen d'années d'offre

Catégories	Activités	Producteurs agrotouristiques (n=44)	Nombre moyen de jours d'activités	Nombre moyen d'années d'offre
LES VISITES ET L'ANIMATION	Balade ou randonnée	18	206	8,6
	Centre d'interprétation	1	360	20
	Documentaire vidéo	4	225	14
	Exposition	3	202	7,7
	Musée	2	255	4
	Observation	6	270	6,4
	Visite guidée et animation	37	207	9,6
	Autre : fermette	5	104	n.d.
LA RESTAURATION	Aire de pique-nique	18	140	11,5
	Méchoui	2	113	2,7
	Repas à la ferme	12	305	6,8
	Repas de cabane à sucre	4	180	10,6
	Cantine	0	0	0
	Autres : goûter, traiteur, café	10	142	0
L'HÉBERGEMENT	Auberge	2	360	6,5
	Camp de vacances	1	48	7
	Gîte touristique	7	360	5,9
	Maison de campagne	0	360	0
	Terrain de camping	1	280	2
	Autre : chalet	1	360	10
LA PROMOTION ET LA VENTE DE PRODUITS	Dégustation	34	220	11,6
	Vente de produits	38	239	11,3
	Auto-cueillette	11	106	13,3
	Enclos de chasse	0	0	0
	Étang de pêche	0	0	0
	Autre : vente d'animaux	1	360	0
AUTRES ACTIVITÉS	Réception privée, atelier, glissade	4	204	0
		Total : 222	Moyenne : 213,5	Moyenne : 10

Tableau 3: Nombre d'activités offertes au public et aux touristes par les entreprises connexes, ainsi que le nombre moyen de jours d'activité et le nombre moyen d'années d'offre

Catégories	Activités	Entreprises connexes (n=4)	Nombre moyen de jours d'activités	Nombre moyen d'années d'offre
ANIMATION	Observation	2	195	5
	Visite guidée et animation	3	166	5,2
	Autre : fermette	1	360	5
RESTAURATION	Aire de pique-nique	1	360	5
	Méchoui	1	100	5
	Repas à la ferme	2	360	5
	Repas de cabane à sucre	1	59	n.d
	Autres : traiteur	1	360	5
HÉBERGEMENT	Gîte touristique	2	360	5
VENTE	Dégustation	1	360	6
	Vente de produits	2	205	6
		Total : 17	Moyenne : 242	Moyenne : 5,3

Tableau 4 : Formules de tarification des producteurs agrotouristiques

Catégories	Activités	Organisations offrant l'activité	Gratuite pour tous	Gratuite pour visiteurs seuls	Gratuite pour les groupes	Tarifée
VISITES ET ANIMATION	Entrée générale	2	2			
	Balade ou randonnée	11	7			4
	Centre interprétation	1	1			
	Documentaire vidéo	0				
	Exposition	1	1			
	Musée	2	1			1
	Observation	6	6			
	Visite guidée ou animation	36	18		1	17
	Autres	3	2			1
RESTAURATION	Aire de pique-nique	9	8			1
	Méchoui	1			1	
	Repas à la ferme	13	11		2	
	Repas cab. à sucre	2				2
	Cantine	0				
	Autres	5	1			4
HÉBERGEMENT	Auberge	1				1
	Camp de vacances	1				1
	Gîte touristique	7				7
	Maison de campagne	0				
	Terrain de camping	1				1
	Autres	1			1	
PROMOTION ET VENTE DE PRODUITS	Dégustation	29	12	1	1	14
	Vente de produits	32	1		2	29
	Auto-cueillette	9	1		1	7
	Enclos de chasse					
	Étang de pêche					
	Autres	1	1			
AUTRES ACTIVITÉS		1	1			

Tableau 5 : Catégories de produits vendues par les producteurs agrotouristiques et nombre moyen de jours de vente au public

Catégories	Produits	Producteurs agrotouristiques	Nombre moyen de jours de vente
LES PRODUCTIONS ANIMALES	Grands gibiers	3	360
	Petits animaux	1	360
	Chevaux		
	Porcins		
	Caprins		
	Ovins	1	90
	Bovins		
	Volailles	1	360
	Poissons		
	Miel	3	360
LES PRODUCTIONS VÉGÉTALES	Petits fruits	7	83
	Fruits	12	166
	Légumes	10	130
	Céréales/ Légumineuses		
	Produits de l'érable	7	360
	Plantes/fleurs	12	83
	Autres : plantes médicinales, champignons	1	360
LES PRODUITS TRANSFORMÉS	Condiment	3	244
	Confiture	3	263
	Boulangerie/Pâtes	1	230
	Charcuterie/viande	12	334
	Confiserie	2	270
	Huile/vinaigre	11	306
	Fromage	2	225
	Produits à base d'érable	11	220
	Produits à base de miel	4	255
	Autres : pesto, terrines, marinades, sirop de fruits, sucre à la crème, tartes, ketchup, tourtières, dérivés du vin	8	281
LES BOISSONS	Bières artisanales	0	
	Cidres	5	231
	Vins	9	300
	Hydromel	1	188
	Mistelle	5	277
	Boissons non alcoolisées	10	245
	Autres : liqueur	2	
LES AUTRES PRODUITS		0	
LES PRODUITS NON COMESTIBLES	divers reliés au vin, artisanat, bois de velours, dérivés de l'émeu, œufs peints, huile et savon d'émeus, couronnes et décorations de Noël, vêtements mohair, cosmétiques au lait de chèvre, cadeaux divers, dérivés de l'autruche: œufs, plumes, semences	15	280
		Total : 170	Moyenne : 250

Tableau 6: Catégories de produits vendues par les entreprises connexes et nombre moyen de jours de vente au public

Produits	Entreprises connexes	Nombre moyen de jours de vente
Produits de l'érable	1	360
Condiment	1	59
Confiture	2	210
Boulangerie/Pâtes	1	59
Confiserie	1	59
Produits à base d'érable	2	210
Produits à base de miel	1	360
Fromage	1	360
Huile et vinaigre	1	360

Tableau 7 : Saisons d'offre d'activités des producteurs agrotouristiques

		Printemps	Été	Automne	Hiver	Annuel
LES VISITES ET L'ANIMATION	Balade ou randonnée	2	6	7		7
	Centre d'interprétation					1
	Documentaire vidéo		2	1		2
	Exposition		2	2		1
	Musée		2	2		1
	Observation		1	2		4
	Visite guidée et animation	5	21	17		3
	Autres	2	3	4		
LA RESTAURATION	Aire de pique-nique	4	15	12		2
	Méchoui		2	1		
	Repas à la ferme		3	3		9
	Repas de cabane à sucre	3				2
	Cantine					
	Autres	2	9	7		1
L'HÉBERGEMENT	Auberge					2
	Camp de vacances		1			
	Gîte touristique					7
	Maison de campagne					1
	Terrain de camping		1	1		
	Autres					1
LA PROMOTION ET LA VENTE DE PRODUITS	Dégustation	6	12	11		16
	Vente de produits	6	9	7		18
	Auto-cueillette	1	9	5		1
	Enclos de chasse					
	Étang de pêche					
	Autres					1
AUTRES ACTIVITÉS		1	1	1	1	2
TOTAL D'ACTIVITÉS DISPONIBLES DURANT LA SAISON		**32**	**90**	**84**	**1**	**82**

Tableau 8 : Saisons d'offre d'activités des entreprises connexes

			Printemps	Été	Automne	Hiver	Annuel
LES VISITES ET L'ANIMATION	Observation		1				1
	Visite guidée et animation		1	1	1		1
	Autres						1
LA RESTAURATION	Aire de pique-nique						1
	Méchoui			1	1		
	Repas à la ferme						2
	Repas de cabane à sucre		1				
	Autres						1
L'HÉBERGEMENT	Gîte touristique						2
LA PROMOTION ET LA VENTE DE PRODUITS	Vente de produits		1				
TOTAL D'ACTIVITÉS DISPONIBLES DURANT LA SAISON			**4**	**2**	**2**		**9**

Les visiteurs

Tableau 9 : Pourcentage de répondants recevant des clientèles individuelles ou familiales

% de clientèle familiale	Producteurs agrotouristiques	Entreprises connexes
0 à 25 %	13,9%	
26 à 50 %	16,7%	67%
51 à 75 %	22,2%	
76 à 100 %	27,2%	

Tableau 10 : Pourcentage de répondants recevant des clientèles de groupes

% de groupe	Producteurs agrotouristiques	Entreprises connexes
0 à 25 %	60%	
26 à 50 %	22,9%	67%
Plus de 50%	17,1	

Tableau 11 : Nombre de répondants membres d'associations

Associations	Nombre de producteurs agrotouristiques membres	Nombre d'entreprises connexes
Agricotours	7	
Association de producteurs	18	
ATR (Association touristique régionale)	25	1
Chambre de commerce	9	
CLD (centre local de développement)	15	1
Office de tourisme local	8	1
Québec à votre table		
Syndicat professionnel	2	
Table de concertation régionale agroalimentaire		
Union paysanne	3	
UPA	40	
Autres	1	

Tableau 12: Recours aux outils promotionnels

Outils promotionnels	Nombre de producteurs agrotouristiques	Nombre d'entreprises connexes
Dépliants	37	3
Journaux	30	2
Guide touristique	32	2
Panneaux	23	2
Site Web	28	2
Affiches	17	1
Publicité conjointe	18	2
Foires/événements	18	2
Signalisation touristique	19	1
Autres (cartes d'affaires)	5	

Apport des activités offertes au public et aux touristes

Tableau 13 : Perception de l'agrotourisme

	Producteurs agrotouristiques		Entreprises connexes	
	Moyenne	Taux de réponse	Moyenne	Taux de réponse
1. Depuis que vous offrez des activités ou des produits au public et aux touristes, le chiffre d'affaires de votre entreprise a augmenté.	4,1	86%	4,5	67%
2. Vous offrez des activités parce que vous aimez le public.	4,4	100%	4,3	100%
3. Vous offrez ces activités pour faire connaître le milieu agricole au public.	4,1	98%	3,7	100%
4. L'agrotourisme vous permet de diversifier vos revenus.	4,4	91%	3,7	100%
5. Ces activités procurent de l'emploi à votre famille.	3,7	91%	3,3	100%
6. En saison touristique, le temps demandé pour les activités agrotouristiques est supérieur au temps exigé pour vos activités agricoles ou de transformation.	3,5	80%	4,4	67%
7. Vos investissements pour ces activités sont rentables.	3,7	96%	4	100%
8. Vous avez l'intention d'investir davantage pour ces activités.	3,4	93%	1,3	100%
9. Vous possédez les connaissances pour développer l'aspect agrotouristique de votre entreprise.	4,2	96%	4	100%
10. Vous connaissez les programmes gouvernementaux de soutien à l'agrotourisme.	2,4	100%	2	100%
11. Vous connaissez la réglementation s'appliquant à l'agrotourisme.	3,5	98%	3	100%

Annexe 2

Questionnaire de l'enquête

Feuillet d'information pour la recherche

Numéro d'enregistrement
de l'entreprise dans la banque de données : _____
Nom de l'entreprise : _____
Personne contactée : _____
Adresse d'affaires : _____
Municipalité _____
Code postal _____
Téléphone : _____
Télécopieur : _____
Courriel : _____
Site web : _____

Informations supplémentaires (Si nécessaire) :

	1er appel		*2e appel*		*3e appel*	
	Absent	*Présent*	*Absent*	*Présent*	*Absent*	*Présent*
Date de l'appel						
Heure de l'appel						
Rendez-vous *(date et heure)*						
Durée de l'entrevue						

Bonjour, je m'appelle ... de ... (*nom de l'organisme régional*). Je communique avec vous de la part du Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec. Cet appel fait suite à la lettre que nous vous avons fait parvenir il y a quelques jours à propos d'une enquête que nous réalisons à propos du profil des entreprises qui offrent des produits et des activités agrotouristiques aux touristes et au public.

Avez-vous une vingtaine de minutes pour répondre à notre questionnaire ?

(Si non), y a-t-il un moment où nous pouvons vous rappeler ?
Indiquer date et heure au tableau précédent Ou refus de répondre :

(Si oui), nous vous remercions de participer à cette recherche.

Votre collaboration est primordiale pour mener à bien cette recherche, et nous vous remercions d'y consacrer toute votre attention. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.

Soyez assuré.e que vos réponses demeureront confidentielles et ne feront l'objet d'aucune exploitation commerciale.

Afin de vous présenter le sujet de l'entrevue, voici une définition de l'agrotourisme.

L'agrotourisme est une activité touristique complémentaire à l'agriculture qui se base sur une exploitation agricole. Il met en relation des producteurs(rices) agricoles avec des touristes ou le public. L'agrotourisme permet ainsi au public de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production à travers l'accueil et l'information que leur réserve leurs hôtes.

1 Quel genre d'entreprise possédez-vous ?

_____.

Ne pas nommer les catégories : aux fins de codification seulement
Si l'entreprise est présente dans la liste, cocher, sinon, inscrire dans « autres » selon la catégorie)

	PRODUCTION D'ANIMAUX		PRODUCTION VÉGÉTALE		TRANSFORMATEURS
☐	Producteur apicole (abeille)	☐	Producteur de céréales/ légumineuse	☐	Boulangerie/pâtes
☐	Producteur bovin	☐	Producteur maraîcher	☐	Brasserie
☐	Producteur caprin (chèvres)	☐	Producteur petits fruits	☐	Charcuterie/viandes
☐	Chevaux Producteur ovin (moutons)	☐	Verger Autres fruits	☐	Cidrerie Confiserie
☐	Producteur piscicole	☐	Producteur d'érable	☐	Fromagerie
☐	Producteur porcin	☐	Vignoble	☐	Vinaigrerie- huilerie
☐	Producteur grands gibiers Autruches, Cerfs, Émeus, Bisons, Sangliers, Lamas	☐	Plantes/Fleurs	☐	
☐	Producteur petits animaux (Volatiles, Lapins, oeufs)	☐		☐	
☐	Autres :	☐	Autres :	☐	Autres :

2 **Avez-vous le statut de producteur agricole** (carte émise par le MAPAQ)?

ne sais pas pas de réponse

☐ Oui ☐ Non ❒ ❒

3. Parmi les catégories suivantes, offrez-vous aux touristes et au public, sur votre lieu de production : *Enquêteur : nommer chacune des catégories, mais non les activités (ex. des visites et de l'animation….)*		**4. À quelles dates débutent et se terminent vos activités de … :** *Nommer les activités cochées à la Q.3*		**5. Depuis combien d'années offrez-vous ces activités de …?** *nommer les activités cochées à la Q.3*
Catégories	*Activités*	Date de début	Date de fin	
3.1 DES VISITES ET DE L'ANIMATION	☐ *NON*			
Si oui, lesquelles ; ***(Enquêteur : sans suggérer de réponses)***	*Balade ou randonnée*			
	Centre interprétation			
	Documentaire vidéo			
	Exposition			
	Musée			
	Observation			
	Visite guidée ou animation			
	Autres :(spécifier)			
3.2 DE LA RESTAURATION	☐ *NON*			
Si oui, laquelle ; ***(Enquêteur : sans suggérer de réponses))***	*Aire de pique-nique*			
	Méchoui			
	Repas à la ferme			
	Repas cab. à sucre			
	Cantine			
	Autres :(spécifier)			
3.3 DE L'HÉBERGEMENT	☐ *NON*			
Si oui, lequel ; ***(Enquêteur : sans suggérer de réponses))***	*Auberge*			
	Camp de vacances			
	Gîte touristique			
	Maison de campagne			
	Terrain de camping			
	Autres :(spécifier)			
3.4 DE LA PROMOTION ET DE LA VENTE DE PRODUITS	☐ *NON*			
Si oui, lesquelles ; ***(Enquêteur : sans suggérer de réponses)***	*Dégustation*			
	Vente de produits			
	Auto-cueillette			
	Enclos de chasse			
	Etang de pêche			
	Autres :(spécifier)			
3.5 D'AUTRES ACTIVITÉS	☐ *NON*			
	(spécifier) :			

Si le répondant offre une activité de promotion et de vente de produits à la Q 3.4 passer à Q.6, sinon, passer à Q.11

6. À partir de votre lieu de production, vendez-vous aux touristes et au public des :
(Nommer les catégories à gauche:(ex. productions animales, productions végétales....)

7. À quelles dates débutent et se terminent la vente de :

Nommer les produits cochés à la Q.6

6.1 PRODUCTIONS ANIMALES

Si oui, lesquelles;
(Enquêteur : sans suggérer de réponses)

	NON	Date de début	Date de fin
	Grands gibiers		
	Petits animaux		
	Chevaux		
	Porcins		
	Caprins		
	Ovins		
	Bovins		
	Volailles *Poissons*		
	Miel		
	Autres :(spécifier)		

6.2 PRODUCTIONS VÉGÉTALES

Si oui, lesquelles;
(Enquêteur : sans suggérer de réponses)

	NON		
	Petits fruits (spécifier):		
	Fruits (spécifier):		
	Légumes		
	Céréales/légumineuses		
	Produits de l'érable		
	Plantes/fleurs		
	Autres :(spécifier)		

6.3 PRODUITS TRANSFORMÉS

Si oui, lesquels
(Enquêteur :sans suggérer de réponses)

	NON		
	Condiment		
	Confiture		
	Boulangerie/Pâtes		
	Charcuterie/viande		
	Confiserie		
	Huile/vinaigre		
	Fromage		
	Produits à base d'érable		
	Produits à base de miel		
	Autres :(spécifier)		

Suite de la Q6 à la page suivante

Suite de la Q7 à la page suivante

6.4 BOISSONS

Si oui, lesquelles;
(Enquêteur : sans suggérer de réponses)

☐ NON			
☐	*Bières artisanales*		
☐	*Cidres*		
☐	*Vins*		
☐	*Hydromel*		
☐	*Mistelle*		
☐	*Boissons non-alcoolisées*		
☐	*Autres :(spécifier)*		

6.5 AUTRES PRODUITS

☐ NON		
☐	Spécifier :	

6.6 PRODUITS NON COMESTIBLES

☐ NON		
☐	Spécifier :	

La Q7 débute sur la page précédente

8. Parmi ces produits, lequel est le plus vendu aux touristes et au public ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

En volume : _____ ____.

Lequel vous rapporte le plus ? _____.

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

9. Ces produits sont-ils certifiés biologiques ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

☐ Oui ☐ Non

Si oui, quelle est - ou quelles sont ces - certifications ?

_____

10. Vendez-vous aux touristes et au public des produits complémentaires qui viennent d'autres entreprises agricoles ou alimentaires ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

☐ Oui ☐ Non

11. Nous aimerions connaître votre opinion face aux affirmations suivantes. Vous devez répondre en fonction de l'échelle de mesure suivante :

Tout à fait en désaccord	En désaccord	Plus ou moins en accord	En accord	Tout à fait en accord	ne sais pas	pas de reponse
1	2	3	4	5	❒	❒

	Tout à fait en désaccord				Tout à fait en accord		
Depuis que vous offrez des activités ou des produits au public et aux touristes, le chiffre d'affaires de votre entreprise a augmenté	1	2	3	4	5	NSP	PR
Vous offrez des activités parce que vous aimez le public	1	2	3	4	5	NSP	PR
Vous offrez ces activités pour faire connaître le milieu agricole au public	1	2	3	4	5	NSP	PR
L'agrotourisme vous permet de diversifier vos revenus	1	2	3	4	5	NSP	PR
Ces activités procurent de l'emploi à votre famille	1	2	3	4	5	NSP	PR
En saison touristique, le temps demandé pour les activités agrotouristiques est supérieur au temps exigé pour vos activités agricoles ou de transformation	1	2	3	4	5	NSP	PR
Vos investissements pour ces activités sont rentables	1	2	3	4	5	NSP	PR
Vous avez l'intention d'investir davantage pour ces activités	1	2	3	4	5	NSP	PR
Vous possédez les connaissances pour développer l'aspect agrotouristique de votre entreprise	1	2	3	4	5	NSP	PR
Vous connaissez les programmes gouvernementaux de soutien à l'agrotourisme	1	2	3	4	5	NSP	PR
Vous connaissez la réglementation s'appliquant à l'agrotourisme	1	2	3	4	5	NSP	PR

La section demandant des réponses de 1 à 5 est maintenant terminée.

12. Recevez-vous des groupes organisés ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

☐ OUI ☐ NON

(*Si oui*) À quel pourcentage estimez-vous votre clientèle

%	**Individuelle ou familiale**	%	**De groupe**
	Ces groupes sont principalement :		Personnes âgées
			Groupes scolaires
			Affaires et congrès
			Associations/ Regroupements
			Autres

13. D'après votre estimation, combien de clients (touristes ou public) ont participé à vos **activités** l'an dernier ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

_____ (nombre de personnes).

14. Êtes-vous membre d'association(s) ou de regroupement(s) touristique(s) ou agricole(s) ? : ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

☐ Oui ☐ Non

Si oui, le(s)quel(s) ?

(Ne pas lire les catégories, si le répondant ne peut pas répondre, suggérer)

	ATR (Association touristique régionale)		*CLD (centre local de développement)*	*Table de concertation régionale agroalimentaire*
	Office de tourisme local		*Association de producteur*	*Québec à votre table*
	Syndicat professionnel		*UPA*	*Agricotours*
	Chambre de commerce		*Union paysanne*	*Autres :*

15. Faites-vous partie d'un circuit(s) touristique(s) ou agrotouristique(s) ? ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

☐ Oui ☐ Non

Si oui, le(s)quel(s) ?

_____

_____

16 Vos activités agrotouristiques sont-elles effectuées en réseau avec d'autres entreprises ? ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

☐ Oui ☐ Non

(Si oui) De quel type de relations s'agit-il ? _____

(Si oui) Avec quels genres d'entreprises entretenez-vous ces relations?
(ne pas nommer les catégories)

☐ Hébergement
☐ Restauration
☐ Transport
☐ Attraits-activités
☐ Autres : _____

17. Quels outils publicitaires ou promotionnels utilisez-vous ?
(Nommer tous les outils)

☐ Panneaux
☐ Affiches
☐ Signalisation touristique
☐ Dépliants
☐ Journaux
☐ Guide touristique
☐ Site Web
☐
☐ Foires/événements
☐ Publicité conjointe
☐ Autre(s) _____

18 Quel montant avez-vous consacré l'an dernier à la promotion et à la publicité de vos activités ou produits offerts aux touristes et au public ?

ne sais pas ❐ pas de réponse ❐

_____ $

19 Quel montant prévoyez-vous consacrer cette année ?

ne sais pas ❐ pas de réponse ❐

_____ $

20. Parmi les activités que vous offrez aux touristes et au public, lesquelles sont tarifées et lesquelles sont gratuites ?

Au besoin, se référer à la question 3

Catégories		*Activités*	Gratuite pour tous	Gratuite pour visiteurs seuls	Gratuite pour les groupes	Tarifée
20.1 DES VISITES ET DE L'ANIMATION	☐	***Entrée générale***				
	☐	*Balade ou randonnée*				
	☐	*Centre interprétation*				
	☐	*Documentaire vidéo*				
	☐	*Exposition Musée*				
	☐	*Observation*				
	☐	***Visite guidée ou animation***				
	☐	*Autres*				
20.2 DE LA RESTAURATION	☐	*Aire de pique-nique*				
	☐	*Méchoui*				
	☐	*Repas à la ferme*				
	☐	*Repas cab. à sucre*				
	☐	*Cantine*				
	☐	*Autres*				
20.3 DE L'HÉBERGEMENT	☐	*Auberge*				
	☐	*Camp de vacances*				
	☐	*Gîte touristique*				
	☐	*Maison de campagne*				
	☐	*Terrain de camping*				
	☐	*Autres*				
20.4 DE LA PROMOTION ET DE LA VENTE DE PRODUITS	☐	*Dégustation*				
	☐	*Vente de produits*				
	☐	*Auto-cueillette*				
	☐	*Enclos de chasse*				
	☐	*Étang de pêche*				
	☐	*Autres*				
20.5 D'AUTRES ACTIVITÉS	☐	*Autres (spécifier) :*				

21. Pour l'année qui vient de s'écouler, à combien estimez-vous la part de vos revenus globaux qui provient :
Se référer à la question 20

		ne sais pas	pas de réponse
Des visites et de l'animation	_____ %	❒	❒
De la restauration	_____ %	❒	❒
De l'hébergement	_____ %	❒	❒
De la vente des produits	_____ %	❒	❒
Des autres activités offertes au public	_____ %	❒	❒

22. En saison touristique, combien de personnes assurent vos activités :
Se référer à la question 20

		ne sais pas	pas de réponse
De visites et d'animation	_____	❒	❒
De restauration	_____	❒	❒
D'hébergement	_____	❒	❒
De promotion et de vente de s produits	_____	❒	❒
Des autres activités offertes au public	_____	❒	❒

23 Pour l'ensemble de votre entreprise (agricole et agrotouristique), combien avez-vous d'employés ? ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

réguliers :_____ saisonniers :_____.

24 À combien estimez-vous vos actifs globaux (immeubles, machinerie, terrain, animaux) ? ne sais pas ❒ pas de réponse ❒
_____$

25 Parmi ces actifs globaux, à combien estimez-vous ceux consacrés uniquement aux activités offertes aux touristes et au public ? ne sais pas ❒ pas de réponse ❒
_____$

26 Depuis les deux dernières années, combien avez-vous investi au plan des immobilisations pour recevoir et offrir des activités aux touristes et au public ? ne sais pas ❒ pas de réponse ❒
_____$

27. L'année dernière, quel était votre chiffre d'affaires global ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

Moins de 25 000 $	☐	Entre 250 000 $ et 299 000 $	☐
Entre 25 000 $ et 49 999 $	☐	Entre 300 000 $ et 349 000 $	☐
Entre 50 000 $ et 74 999 $	☐	Entre 350 000 $ et 399 999 $	☐
Entre 75 000 $ et 99 999 $	☐	Entre 400 000 $ et 449 999 $	☐
Entre 100 000 $ et 149 999 $	☐	Entre 450 000 $ et 499 999 $	☐
Entre 150 000 $ et 199 999 $	☐	Entre 500 000 $ et 549 999 $	☐
Entre 200 000 $ et 249 999 $	☐	Plus de 550 000 $	☐

28. Dans votre région, quel est le principal élément qui favorise le développement de l'agrotourisme ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

29. Dans votre région, quel est le principal élément qui nuit au développement de l'agrotourisme ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

_____

30. Dans votre région, quelle serait la principale initiative qui contribuerait au développement de l'agrotourisme ?

ne sais pas ❒ pas de réponse ❒

_____

Merci de votre collaboration